

# **UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA “INDOAMÉRICA”**

**FACULTAD DE CIENCIAS  
ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS Y NEGOCIOS**

**TEMA:**

---

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE  
UNA EMPRESA DEDICADA A LA  
DESHIDRATACIÓN DE FRUTAS EN LA CIUDAD  
DE SANGOLQUÍ EN LA PROVINCIA DE  
PICHINCHA”**

---

Trabajo de investigación para la obtención del Título  
de Ingeniera en Administración de Empresas y  
Negocios.

**AUTORA:**

Villagómez Armijos Magally Jadyra

**TUTOR:**

Dr. Voroshilov Hernández

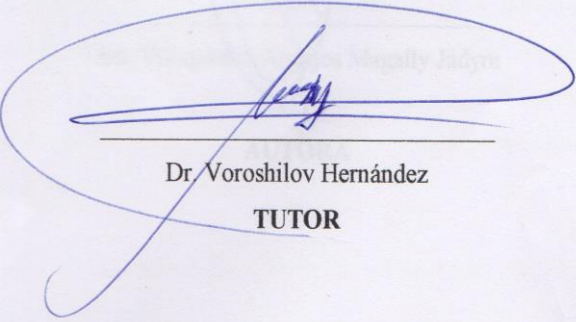
**AMBATO – ECUADOR**

**2017**

## **CERTIFICACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Director del trabajo de Investigación “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA DESHIDRATACIÓN DE FRUTAS EN LA CIUDAD DE SANGOLQUÍ EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA”, presentado por Villagómez Armijos Magally Jadyra, para optar por el título de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios, CERTIFICO, que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, Julio del 2017

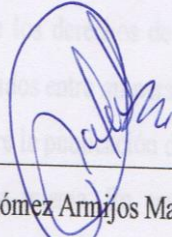


Dr. Voroshilov Hernández  
**TUTOR**

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del título de Ingeniero/a en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Ambato, Julio del 2017



Sra. Villagómez Armijos Magally Jadyra

C.I. 1720294147

**AUTORA**


**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,  
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN  
ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, Villagómez Armijos Magally Jadyra, declaro ser la autora del “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA DESHIDRATACIÓN DE FRUTAS EN LA CIUDAD DE SANGOLQUÍ EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA”, como requisito para optar al grado de “Ingeniería en Administración de Empresas y de Negocios”, autorizo al sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del (RDI-UTI) podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del País y del exterior, con los cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológico Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológico Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Ambato en el mes de Julio de 2017, firmo conforme:



Autora: Villagómez Armijos Magally Jadyra  
Número de cédula: 1720294147  
Dirección: Quito- Ecuador  
Correo Electrónico: yady222009@hotmail.com  
Teléfono: 0982200631

## **AGRADECIMIENTO**

A la Universidad Tecnológica Indoamérica por la oportunidad de incrementar mis conocimientos.

A mi familia por su apoyo incondicional, pilar fundamental para cumplir este importante objetivo para mi crecimiento profesional.

**Gracias**

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a mi familia por su apoyo incondicional y acompañamiento durante todo mi proceso formativo.

**Magally Villagómez**

## ÍNDICE GENERAL

Portada.....	i
Certificación del Tutor .....	ii
Declaración de Autenticidad .....	iii
Autorización por parte del Autor .....	iv
Agradecimiento .....	v
Dedicatoria .....	vi
Índice General .....	vii
Índice de Cuadros.....	x
Índice de Gráficos .....	xiii
Índice de Imágenes.....	xiv
Resumen Ejecutivo.....	xv
Abstract .....	xvi
 Introducción .....	 1
 <b>CAPÍTULO I</b> .....	 <b>3</b>
<b>ÁREA DE MARKETING</b> .....	<b>3</b>
1.1 Definición del Producto o Servicio .....	3
1.1.1 Especificación del Servicio o Producto.....	3
1.1.2 Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona. ....	4
1.2 Definición del Mercado.....	5
1.2.1 Qué mercado se van a tocar en general. ....	5
1.2.1.1 Categorización de sujeto .....	6
1.2.1.2 Estudio de Segmentación .....	6
1.2.1.3 Plan de muestreo .....	7
1.2.1.4 Diseño y recolección de información.....	10
1.2.1.5 Análisis e Interpretación.....	11
1.2.2 Demanda Potencial.....	21
1.3 Análisis del micro y macro ambiente .....	23
1.3.1 Análisis del micro ambiente .....	23

1.3.2	Análisis del macro ambiente .....	25
1.3.3	Proyección de la oferta .....	28
1.4	Demanda Potencial Insatisfecha.....	29
1.5	Promoción y Publicidad .....	30
1.6	Sistema de Distribución a Utilizar.....	32
1.7	Seguimiento de Clientes.....	33
<b>CAPÍTULO II.....</b>		<b>35</b>
<b>ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES) .....</b>		<b>35</b>
2.1	Descripción del Proceso .....	35
2.1.1	Descripción de proceso del bien o servicio .....	35
2.1.2	Descripción de instalaciones, equipos y personas.....	40
2.1.3	Tecnologías a aplicar.....	45
2.2	Factores que afectan el Plan de Operaciones .....	45
2.2.1	Ritmo de producción .....	45
2.2.2	Nivel de inventario promedio.....	46
2.2.3	Número de trabajadores.....	46
2.3	Capacidad de Producción .....	49
2.3.1	Capacidad de Producción Futura.....	49
2.4	Definición de Recursos necesarios para la Producción.....	50
2.4.1	Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar .....	50
2.5	Calidad .....	58
2.5.1	Método de Control de Calidad .....	58
2.6	Normas y Permisos que afectan su Instalación .....	60
2.6.1	Seguridad e higiene ocupacional.....	60
<b>CAPÍTULO III.....</b>		<b>62</b>
<b>ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN .....</b>		<b>62</b>
3.1	Análisis Estratégico y Definición de Objetivos .....	62
3.1.1	Visión de la Empresa.....	62
3.1.2	Misión de la Empresa.....	62



3.1.3	Análisis FODA .....	62
3.2	Organización funcional de la empresa .....	64
3.2.1	Realizar un organigrama de la empresa .....	64
3.2.2	Descripción breve de los cargos del organigrama.....	67
3.3	Control de gestión .....	72
3.3.1	Listado de los indicadores de gestión necesarios .....	72
3.4	Necesidades del personal.....	73
<b>CAPÍTULO IV .....</b>		<b>74</b>
<b>ÁREA JURÍDICO LEGAL.....</b>		<b>74</b>
4.1	Determinación de la forma jurídica.....	74
4.2	Patentes y marcas .....	76
4.3	Detalle de todo tipo de licencias necesarias para funcionar y documentos legales (patentes inicio de actividades, etc.) .....	77
<b>CAPÍTULO V.....</b>		<b>79</b>
<b>ÁREA FINANCIERA .....</b>		<b>79</b>
5.1	Plan de Inversiones.....	79
5.2	Plan de Financiamiento .....	80
5.3	Cálculo de Costos y Gastos .....	82
5.4	Cálculo de Ingresos .....	89
5.5	Flujo de Caja .....	91
5.6	Punto de Equilibrio.....	92
5.7	Estado de Resultados proyectados .....	97
5.8	Evaluación financiera .....	97
Bibliografía .....		103
Anexos.....		104

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N°1: Categorización de sujetos .....	6
Cuadro N°2: Dimensión conductual .....	6
Cuadro N°3: Dimensión Geográfica .....	7
Cuadro N°4: Dimensión Demográfica .....	7
Cuadro N°5: Cuadro de Necesidades Objetivo Especifico 1 .....	9
Cuadro N°6: Cuadro de Necesidades Objetivo Especifico 2 .....	9
Cuadro N°7: Consume frutas .....	11
Cuadro N°8: Consumo de frutas deshidratadas .....	12
Cuadro N°9: Frecuencia de consumo de frutas deshidratadas .....	13
Cuadro N°10: Frutas de mayor consumo .....	14
Cuadro N°11: Aceptación de la nueva empresa.....	15
Cuadro N°12: Lugar de preferencia .....	16
Cuadro N°13: Aspectos importantes.....	17
Cuadro N°14: Tipo de presentaciones del producto .....	18
Cuadro N°15: Precio estimado del producto.....	19
Cuadro N°16: Medios de comunicación .....	20
Cuadro N°17: Datos históricos para la demanda .....	21
Cuadro N°18: Proyección demanda .....	22
Cuadro N°19: Matriz EFI.....	24
Cuadro N°20: Matriz EFE.....	26
Cuadro N°21: Matriz FODA Estratégico .....	27
Cuadro N°22: Proyección de la Oferta .....	28
Cuadro N°23: Demanda Potencial Insatisfecha .....	29
Cuadro N°24: Formato de seguimiento a los clientes .....	34
Cuadro N°25: Simbología .....	37
Cuadro N°26: Maquinaria.....	42
Cuadro N°27: Muebles de producción.....	42
Cuadro N°28: Equipos de producción .....	43
Cuadro N°29: Equipos de computo .....	43
Cuadro N°30: Muebles de oficina.....	44

Cuadro N°31: Descripción del personal.....	44
Cuadro N°32: Ritmo de producción.....	45
Cuadro N°33: Ritmo de producción.....	46
Cuadro N°34: Proyección de la producción.....	49
Cuadro N°35: Proveedores.....	58
Cuadro N°36: Diagrama de pareto.....	59
Cuadro N°37: Matriz FODA.....	63
Cuadro N°38: Descripción del cargo gerente.....	67
Cuadro N°39: Descripción del cargo secretaria.....	68
Cuadro N°40: Descripción del cargo del contador .....	69
Cuadro N°41: Descripción del cargo operarios .....	70
Cuadro N°42: Descripción del cargo vendedor .....	71
Cuadro N°43: Indicadores de gestión .....	72
Cuadro N°44: Plan de Inversiones del Proyecto .....	80
Cuadro N°45: Capital de trabajo.....	81
Cuadro N°46: Plan de financiamiento .....	81
Cuadro N°47: Detalle de costos .....	82
Cuadro N°48: Proyección de costos.....	83
Cuadro N°49: Gastos administrativos.....	84
Cuadro N°50: Gastos de ventas .....	85
Cuadro N°51: Gastos financieros.....	85
Cuadro N°52: Proyección de gastos administrativos .....	86
Cuadro N°53: Proyección de gastos de ventas.....	86
Cuadro N°54: Proyección de gastos financieros.....	87
Cuadro N°55: Rol de pagos mano de obra directa.....	87
Cuadro N°56: Rol de pagos mano de obra administrativo.....	88
Cuadro N°57: Rol de pagos mano de obra ventas.....	88
Cuadro N°58: Depreciaciones.....	89
Cuadro N°59: Proyección de las depreciaciones .....	89
Cuadro N°60: Cálculo de ingresos .....	90
Cuadro N°61: Proyección de ingresos .....	90
Cuadro N°62: Flujo de caja.....	91

Cuadro N°63: Datos para el punto de equilibrio fruta deshidratada 30g .....	93
Cuadro N°64: Datos para el punto de equilibrio fruta deshidratada 90g .....	94
Cuadro N°65: Datos para el punto de equilibrio fruta deshidratada 200g .....	95
Cuadro N°66: Estado de resultados proyectado.....	97
Cuadro N°67: TMAR.....	98
Cuadro N°68: Periodo de recuperación .....	100
Cuadro N°69: Liquidez .....	101
Cuadro N°70: Rentabilidad.....	102

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N°1: Consume frutas.....	11
Gráfico N°2: Consumo de frutas deshidratadas .....	12
Gráfico N°3: Frecuencia de consumo de frutas deshidratadas.....	13
Gráfico N°4: Frutas de mayor consumo .....	14
Gráfico N°5: Aceptación de la nueva empresa .....	15
Gráfico N°6: Lugar de preferencia.....	16
Gráfico N°7: Aspectos importantes .....	17
Gráfico N°8: Tipo de presentaciones del producto .....	18
Gráfico N°9: Precio estimado del producto .....	19
Gráfico N°10: Medios de comunicación.....	20
Gráfico N°11: Datos históricos para la demanda.....	21
Gráfico N°12: Proyección de la demanda.....	22
Gráfico N°13: 5 Fuerzas de Porter .....	23
Gráfico N°14: Proyección de la oferta .....	28
Gráfico N°15: Demanda potencial insatisfecha .....	29
Gráfico N°16: Plan de medios .....	30
Gráfico N°17: Canales de distribución .....	33
Gráfico N°18: Diagrama de Flujo fruta deshidratada .....	38
Gráfico N°19: Mapa de procesos .....	39
Gráfico N°20: Mapa de procesos .....	41
Gráfico N°21: Diagrama de pareto .....	60
Gráfico N°22: Organigrama Estructural .....	64
Gráfico N°23: Organigrama Funcional.....	65
Gráfico N°24: Organigrama de puestos y plazas .....	66
Gráfico N°25: Punto de equilibrio fruta deshidratada 30g .....	94
Gráfico N°26: Punto de equilibrio fruta deshidratada 90g .....	95
Gráfico N°27: Punto de equilibrio fruta deshidratada 200g .....	96

## ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen N°1: Mapa de ubicación de la empresa.....	40
Imagen N°2: Materia prima manzana .....	51
Imagen N°3: Materia prima mango .....	53
Imagen N°4: Materia prima durazno .....	54
Imagen N°5: Materia prima piña .....	56
Imagen N°6: Materia prima banano.....	57

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
CARERA INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y  
NEGOCIOS**

**RESUMEN EJECUTIVO**

**TEMA:** “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA DESHIDRATACIÓN DE FRUTAS EN LA CIUDAD DE SANGOLQUÍ EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA”

**AUTORA:** Magally Jadyra Villagómez Armijos

**TUTOR:** Dr. Voroshilov Hernández

La presente investigación tiene como objetivo la Creación de una Empresa dedicada a la deshidratación de frutas en la ciudad de Sangolquí. Este proyecto tiene como propósito evaluar la factibilidad de la producción y comercialización de frutas deshidratadas, y como objetivo general elaborar el plan de negocios y demostrar que el mismo es rentable. Una vez llevado a cabo el desarrollo del plan se obtienen resultados que demuestran la viabilidad de implementar este proyecto, Para este estudio se utilizó la metodología de plan de mercado que es la definida por la Universidad Tecnológica Indoamérica. Para lo cual realizamos una investigación de mercado basado en un cuestionario de preguntas abiertas y cerradas, el objetivo de esta técnica es averiguar las preferencias de compra y consumo que tiene la población de dicha ciudad y un 83% han afirmado que consumen frutas deshidratadas. Dentro de este estudio un elevado porcentaje de la población encuestada muestra aceptación del producto y en la evaluación financiera el TIR y el VAN demuestran lo económico y rentable que puede ser el producir fruta deshidratada, dicha conclusión le brinda a la empresa una herramienta que es sostenible en el desarrollo de su proceso productivo.

**DESCRIPTORES:** PLAN DE NEGOCIOS, MERCADO, DEMANDA, VIABILIDAD, CALIDAD, MATERIA PRIMA.

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
CARERA INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y  
NEGOCIOS**

**ABSTRACT**

**THEME:** “BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF A COMPANY DEDICATED TO THE DEHYDRATION OF FRUITS IN THE CITY OF SANGOLQUÍ IN THE PROVINCE OF PICHINCHA”

**AUTHOR:** Magally Jadyra Villagómez Armijos

**TUTOR:** Dr. Voroshilov Hernández

The present research aims at the Creation of a company dedicated to the dehydration of fruits in the city of Sangolquí. This project aims to evaluate the feasibility of the production and marketing of dehydrated fruits, and as a general objective to elaborate the business plan and demonstrate that it is profitable. Once the development of the plan has been carried out, results are obtained that demonstrate the feasibility of implementing this project. For this study, the methodology of market plan that was defined by the Universidad Tecnológica Indoamerica was used. For which we carried out a market research based on a questionnaire of open and closed questions, the objective of this technique is to find out the buying and consumption preferences that the population of that city has and 83% have affirmed that they consume dehydrated fruits. In this study a high percentage of the population surveyed showed acceptance of the product and in the financial evaluation the IRR and NPV demonstrate how economical and profitable it can be to produce dehydrated fruit, this conclusion gives the company a tool that is sustainable In the development of its productive process.

**KEY WORDS:** BUSINESS PLAN, MARKET, DEMAND, VIABILITY, QUALITY, RAW MATERIAL.



## INTRODUCCIÓN

El cultivo de frutas se ha extendido a casi toda la serranía, las frutas son fuente de vitaminas y minerales, algunas pueden también contener grasas, aceites y proteínas. Las frutas son un buen refrigerio para los niños. Una selección de diferentes frutas y frutales garantizará la producción de frutas a lo largo de todo el año y así la disponibilidad para su deshidratación. La deshidratación es una de las formas más antiguas de procesar alimentos. Consiste en eliminar una buena parte de la humedad de los alimentos, para que no se arruinen.

Se considera de mucha importancia la conservación de alimentos pues esto nos permite alargar la vida útil de las frutas y poder tener acceso a mercados más distantes, otra de las importancias de conservar frutas deshidratadas es debido a que podremos contar con frutas en épocas que normalmente no se producen, logrando así mejores precios.

Para los emprendedores resulta muy ventajoso, invertir en un producto que se visualiza con una alta demanda por las características y propiedades que presenta. A continuación, la descripción de los capítulos:

Capítulo I: Área de marketing, se define el mercado objeto del producto a comercializar y las necesidades a cubrir utilizando herramientas estadísticas como la encuesta. También se identifican las competencias y determinan los costos variables y fijos para la puesta en marcha del Plan. En todos los casos la proyección de los indicadores se hace tomando la tasa de inflación proyectada por el Banco Central del Ecuador.

Capítulo II: Área de producción, quedan descritos los pasos o formas del proceso productivo, se identifican los factores que afectan los planes operativos, así como la capacidad de producción que tiene la organización. Se identifican las materias primas a utilizar y el grado de sustitución que pueden tener por otras, los niveles de inventario requeridos para el proceso productivo.

Capítulo III: Área de organización y gestión, en el capítulo se efectúa el análisis estratégico, definiendo la misión, visión y elaboración de la matriz FODA, además se definen los objetivos, presentando el organigrama estructural y el funcional de la empresa con los niveles de autoridad y responsabilidad respectivos, el control de la gestión con la ayuda de los indicadores definidos y las necesidades de fuerza de trabajo para llevar a cabo la propia gestión de la organización con las funciones de cada cargo.

Capítulo IV: Área legal, queda definida la forma jurídica, el procedimiento a seguir para registrar y patentar el producto y las normas que se deben establecer para poder producir y comercializar la uvilla deshidratada, con las licencias requeridas.

Capítulo V: Área financiera, en la evaluación financiera, se presenta el plan de inversión y las vías para financiarlo, el cálculo de los costos, gastos e ingresos con el objetivo de proyectarlos a cinco años utilizando la tasa de inflación, con los que se determina el flujo de caja generado. El flujo permite calcular las variables financieras, entre las que se presentan: El Valor Actual Neto, la Tasa Interna de Retorno, el Periodo de Recuperación y el Índice de Rentabilidad, para el análisis de la viabilidad de la comercialización del producto. Se proyecta el Estado de Resultado.

## **CAPÍTULO I**

### **ÁREA DE MARKETING**

#### **1.1 Definición del Producto o Servicio**

##### ***1.1.1 Especificación del Servicio o Producto.***

La deshidratación es una forma muy antigua de procesar y conservar alimentos desechando una gran parte de humedad de la fruta para que no se eche a perder y poder alargar la vida útil.

Este producto consiste en el procesamiento de las frutas naturales y frescas para obtener un producto deshidratado; pero que conserve las vitaminas, minerales, fibra, antioxidantes y por supuesto el sabor propio a fruta fresca.

Son productos que a pesar de haber perdido casi todos sus contenidos en agua son frutas que contribuyen con más vitaminas y minerales, así como también con más fibra, las frutas deshidratadas constituyen un gran bocado nutritivo y práctico para ser consumido como un buen snack saludable.

Se las puede consumir en cualquier momento del año, así mismo las frutas desecadas o deshidratadas constituyen una buena fuente de potasio, así como de vitaminas del complejo B, vitamina E, estas frutas resultan apropiadas para quienes tienen hipertensión arterial dado a su bajo contenido en sodio y su riqueza en otros micronutrientes los cuales ayudan al cuidado de nuestra salud.

#### **Características:**

- Las frutas deshidratadas al no estar procesadas no contienen conservantes ni colorantes artificiales, por lo tanto, son ricas en calcio, fósforo, magnesio, potasio y vitaminas A y B.

- El método para el secado depende de la fruta que se va a deshidratar, el nivel de calidad que puede alcanzar y el costo que se puede justificar.
- El volumen de estos productos es menor que las frutas normales, por ello se las puede guardar en muy poco espacio.
- Contienen un gran valor nutritivo.
- Es una golosina ideal y perfecta por las distintas propiedades que posee, se la puede utilizar en diferentes recetas.

### ***1.1.2 Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona.***

El aspecto diferenciador respecto a los demás ofertantes de este producto se basa en el precio en este sentido, el producto va hacer embolsado con varias frutas en un solo empaque ya que este tipo de productos que se ofrecen en el mercado solo se los encuentra de una sola apreciación (un solo tipo de fruta), considerando estos aspectos, la empresa va a ofrecer esta alternativa a los consumidores quienes van a poder disfrutar de varias frutas en un solo empaque y a un precio cómodo.

En este contexto, la empresa se enfocará en personas que requieren alimentarse en forma balanceada y sana, brindándoles un producto delicioso y nutritivo. A este tipo de alimentos comúnmente se los percibe como productos de alto costo convirtiéndose en un obstáculo para que exista mayor demanda de frutos desecados o deshidratados, otro valor que se promocionará es que va ser un producto 100% ecuatoriano.

En síntesis, para ingresar con fuerza al mercado y que nuestro producto tenga mayor acogida ingresaremos directamente con precios más bajos que los de la competencia, el embolsado de varias frutas en un mismo empaque es otro atributo que nos apoyaría a ganar una gran ventaja competitiva con relación a los demás ofertantes, satisfaciendo a nuestros clientes, pero sin descuidar los índices de rentabilidad de la empresa.

## **1.2 Definición del Mercado**

En el mercado intervienen los consumidores reales y potenciales de nuestro producto, los mercados son creaciones humanas y por lo tanto perfectibles; en consecuencia, se pueden modificar en función de sus fuerzas interiores.

El mercado funciona con reglas que pueden hacer posible la aplicación de estrategias y permitir a las empresas adelantarse a algunos eventos y ser protagonistas de ellos, considerando estos aspectos, los empresarios no pueden estar al margen de lo que sucede en el mercado con el fin de obtener ventaja competitiva.

- A los mercados se los define en función de los segmentos que los conforman, los segmentos son grupos específicos compuestos por entes con características homogéneas.
- El mercado está en todas partes donde quiera que las personas cambien bienes y servicios por dinero.
- En un sentido económico general: Mercado es un grupo de comparadores y vendedores que están en un contacto lo suficientemente próximo para las transacciones entre cualquier par de ellos, afecte las condiciones de compra o venta entre los demás.

### ***1.2.1 Qué mercado se van a tocar en general.***

El mercado objetivo que se direcciona el producto son a estudiantes, deportistas, y a personas que disfruten de una vida sana ya que estos productos serán 100% naturales, lo podrán consumir en su hogar, centro de estudio o establecimiento de deportes, como un lunch, desayuno nutritivo, antes o después de hacer ejercicios como batidos energizantes, o como un snak para consumirlo a cualquier hora del día, en su trabajo, casa o lugar de destino.

Al hacerse la pregunta de ¿dónde lo van a encontrar?, la respuesta es: en las diferentes tiendas, centros naturistas y supermercados, los cuales distribuyen el producto hacia diferentes objetivos o consumidores finales.

#### 1.2.1.1 Categorización de sujeto

Establecemos la categorización de sujetos para direccionar el producto hacia el mercado objetivo.

**Cuadro N°1:** Categorización de sujetos

<b>CATEGORÍA</b>	<b>SUJETO</b>
<b>¿Quién Compra?</b>	Estudiantes, deportistas,
<b>¿Quién usa?</b>	Estudiantes, deportistas.
<b>¿Quién decide?</b>	Estudiantes, deportistas
<b>¿Quién influye?</b>	Estudiantes, nutricionistas

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Investigación de campo

#### 1.2.1.2 Estudio de Segmentación

El mercado al que se va a enfocar a estudiantes, deportistas, y a personas que disfruten de una vida sana, que buscan de una alimentación sana y equilibrada, en la ciudad de Salgolquí debido a las facilidades que ofrece, dentro de las cuales se tiene, expediciones de acceso, alta concentración poblacional, buenos servicios públicos y privados, el target de mercado, serán los bares de las escuelas, colegios, centros naturistas y diferentes supermercados de la ciudad.

**Cuadro N°2:** Dimensión conductual

<b>VARIABLE</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
<b>TIPO DE NECESIDAD</b>	SOCIAL
<b>TIPO DE COMPRA</b>	COMPARACIÓN
<b>RELACIÓN CON LA MARCA</b>	NO
<b>ACTITUD FRENTE AL PRODUCTO</b>	POSITIVA

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Investigación de campo

**Cuadro N°3:** Dimensión Geográfica

<b>VARIABLE</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
<b>PAÍS</b>	ECUADOR
<b>REGIÓN</b>	SIERRA
<b>PROVINCIA</b>	PICHINCHA
<b>CIUDAD</b>	SANGOLQUÍ
<b>ZONA URBANA</b>	75.080

**Elaborador por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** INEC

**Cuadro N°4:** Dimensión Demográfica

<b>VARIABLE</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>POBLACIÓN</b>
EDAD	De 10 a 50 años	48.006
SEXO	Hombres/Mujeres	23.334/24.672
SOCIOECONÓMICO	PEA	40.690
OCUPACIÓN	Estudiantes/ Deportistas	26.153

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** INEC

Estos productos de frutas deshidratadas los podrán adquirir todas las personas de 10 a 50 años de edad, tanto hombres como mujeres, teniendo en cuenta que tengan la capacidad socioeconómica de comprar los productos, entre ellos los estudiantes y deportistas.

#### 1.2.1.3 Plan de muestreo

El plan de muestreo se basa en el cálculo de la muestra lo cual se utiliza el muestreo no probabilístico debido a que se basa en el criterio de la investigadora, y las unidades del muestreo no se seleccionan por procedimientos al azar y adema se considera que no todas las personas de 10 a 50 años de edad tendrán la misma oportunidad para ser encuestadas con fijación proporcional, la población que estudiada será según su nivel de ocupación en este caso los estudiantes y deportistas 26.153 comprendido entre edades mencionadas anteriormente.

Para realizar este cálculo de la muestra se utiliza la siguiente formula.

### Plan de muestreo probabilístico

n=	TAMAÑO DE MUESTRA	?
Z=	NIVEL DE CONFIABILIDAD	(1.96 <sup>2</sup> )
P=	PROBABILIDAD DE OCURRENCIA	(0.5)
Q=	PROBABILIDAD DE NO CORRENCIA	(0.5)
N=	POBLACIÓN O UNIVERSO	(2'720.121)
e=	ERROR DE LA MUESTRA (5% - 7%)	(0.05) <sup>2</sup>

Fórmula y análisis para el mercado potencial al cual se va a dirigir con el producto.

### DESARROLLO:

$$n = \frac{Z_2^2 * P * Q * N}{Z_2^2 * P * Q + N * e_2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5 * 26.153}{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5 + (26.153) * (0.05)^2}$$

$$n = 378.$$

### Análisis:

Con el cálculo de la muestra con la población de 26.153 estudiantes y deportistas, quienes se convierten en el mercado potencial del negocio, se obtuvo un total de 378 personas a quienes se debe realizar las encuestas para determinar las necesidades que requiere el mercado potencial al cual está dirigido.

### Objetivo General

Realizar una investigación de mercado para saber el tipo de acogida que va a tener el producto en el mercado de la ciudad de Salgolquí de la provincia de Pichincha.



## Objetivos Específicos

- Determinar el nivel de aceptación de las frutas deshidratadas en el mercado potencial.
- Identificar las fuentes de comercialización del producto.

**Cuadro N°5:** Cuadro de Necesidades Objetivo Especifico 1

NECESIDAD DE INFORMACIÓN	TIPO DE INFORMACIÓN	FUENTES	INSTRUMENTOS
En qué cantidad consume el producto.	PRIMARIA	CONSUMIDORES	ENCUESTA
Que frutas deshidratadas prefiere.	PRIMARIA	CONSUMIDORES	ENCUESTA
Cuál es el gasto promedio en el consumo de frutas deshidratadas.	SECUNDARIA	INTERNET	BANCO DE DATOS
Cuál es su lugar preferido de compra de nuestro producto.	PRIMARIA	CONSUMIDORES	ENCUESTA

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Investigación de campo

**Cuadro N°6:** Cuadro de Necesidades Objetivo Especifico 2

NECESIDAD DE INFORMACIÓN	TIPO DE INFORMACIÓN	FUENTES	INSTRUMENTOS
Enfatizar el producto en mercados con mayor público.	PRIMARIA	CONSUMIDORES	ENCUESTA
Dirigir la investigación de mercado a diferentes clientes con muestras de los productos.	PRIMARIA	CONSUMIDORES	ENCUESTA
Quienes consumen más frutas deshidratadas.	PRIMARIA	CONSUMIDORES	ENCUESTA
Que lugares frecuentan más para el consumo de este producto.	PRIMARIA	CONSUMIDORES	ENCUESTA

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Investigación de campo

#### 1.2.1.4 Diseño y recolección de información

La información primaria y secundaria se recopila mediante la elaboración de instrumentos para levantamiento de información y formatos que se adjunta a la presente investigación.

### **DESARROLLO DE INSTRUMENTOS**

#### **INFORMACIÓN SECUNDARIA**

- **BANCO DE DATOS DE OTRAS ORGANIZACIONES**

- **NECESIDAD**

Recoger información en la página del INEC y Gobiernos Autónomos Municipales y provinciales.

- **NECESIDAD**

Indagar ofertas y demandas sobre empresas dedicadas a la Deshidratación de frutas.

- **NECESIDAD**

Investigar precios de la competencia.

#### **INFORMACIÓN PRIMARIA**

##### **ENCUESTA**

Se desarrolla una encuesta basado en in cuestionario de preguntas abiertas y cerradas (ver anexo 1), l objetivo de esta técnica es averiguar las preferencias de compra y consumo que tiene la población de la ciudad de Salgolquí de la provincia de Pichincha sobre las frutas deshidratadas,

#### 1.2.1.5 Análisis e Interpretación

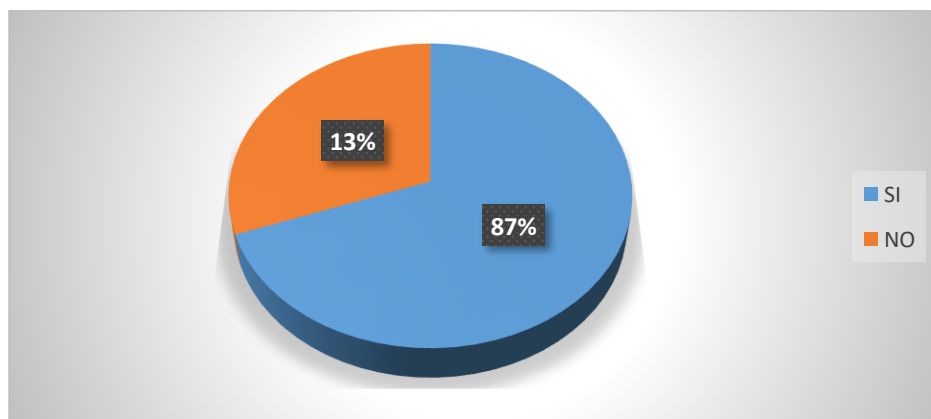
**Pregunta 1:** ¿Cree usted que el consumo de frutas, en un buen potencial para los estudiantes y deportistas?

**Cuadro N°7:** Consume frutas

Opción	Frecuencia	Porcentaje
SI	329	87%
NO	49	13%
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Encuesta



**Gráfico N°1:** Consume frutas

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Encuesta

#### **Interpretación:**

De total de la población el 87% mencionan el consumo de frutas, en un buen potencial para los estudiantes y deportistas, mientras que el 13% dicen lo contrario.

#### **Análisis:**

Los estudiantes y deportistas hoy en día para mejorar su actividad mental y física se apoyan en el consumo de frutas, esto se convierte en una ventaja para el presente proyecto ya que está dirigido a este tipo de personas que desean mantener saludable su cuerpo, de las cuales ellos se convierten en posibles compradores de los productos que oferta la empresa.

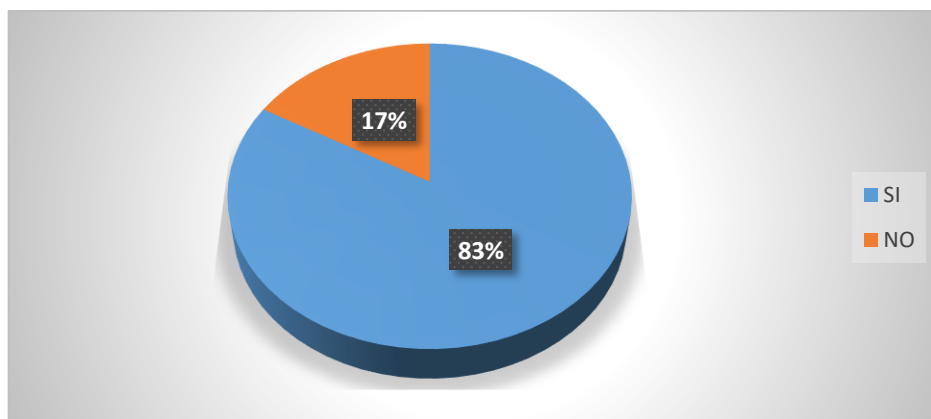
**Pregunta 2:** ¿Ha consumido usted frutas deshidratadas?

**Cuadro N°8:** Consumo de frutas deshidratadas

Opción	Frecuencia	Porcentaje
SI	314	83%
NO	64	17%
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Encuesta



**Gráfico N°2:** Consumo de frutas deshidratadas

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Encuesta

**Interpretación:**

Del total de la población encuestada el 83% si consumen y son de su agrado las frutas deshidratadas, mientras que el 17% de las personas expresan que no les agrada la fruta deshidratada.

**Análisis:**

Con estos resultados se determina que un alto porcentaje del mercado potencial que acepte la creación de la empresa de fruta deshidratada estás personas además indican que les agrada llevar una vida saludable.

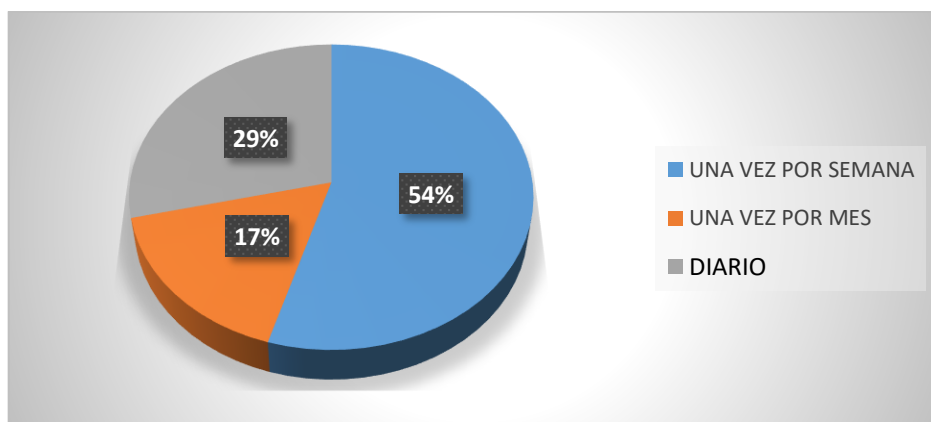
**Pregunta 3:** ¿Con qué frecuencia las consume usted la fruta deshidratada?

**Cuadro N°9:** Frecuencia de consumo de frutas deshidratadas

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Una vez por semana	204	54%
Una vez por mes	64	17%
Diario	110	29%
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Encuesta



**Gráfico N°3:** Frecuencia de consumo de frutas deshidratadas

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Encuesta

### **Interpretación:**

De la totalidad de las personas encuestadas 54% consumen las frutas deshidratadas una vez por semana, el 29% consumen diario y el 17% compra y consume una vez por mes.

### **Análisis:**

La fruta deshidratada tendrá buena acogida en su frecuencia de consumo debido a que la mayoría de las personas consumen este producto una vez por semana, lo que hace factible la creación de este negocio.

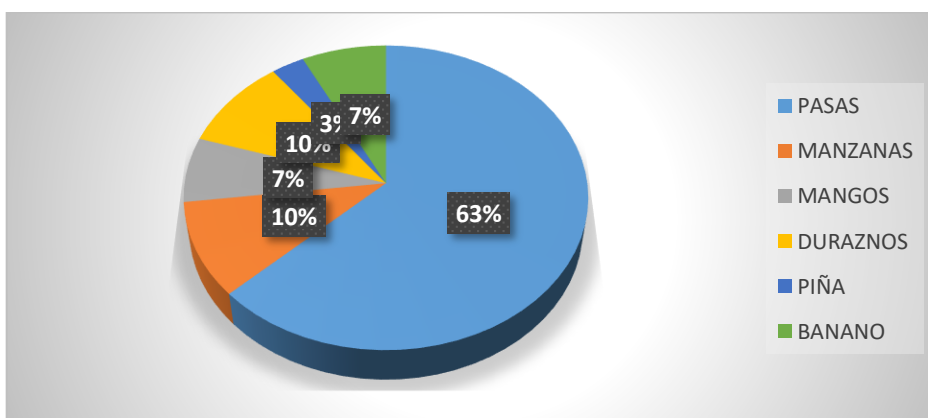
**Pregunta 4:** ¿Qué tipo frutas deshidratadas ha degustado más usted?

**Cuadro N°10:** Frutas de mayor consumo

Opción	Frecuencia	Porcentaje
PASAS	238	63%
MANZANAS	38	10%
MANGOS	26	7%
DURAZNOS	37	10%
PIÑA	11	3%
BANANO	28	7%
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Encuesta



**Gráfico N°4:** Frutas de mayor consumo

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Encuesta

### Interpretación:

Del total de la población encuestada, el 63% indican que la fruta deshidratada que más ha consumido es las pasas, le sigue con un 10% la manzana, y el durazno, un 7% el banano y mango, y un 3% de piña.

### Análisis:

La fruta deshidratada de mayor consumo es las pasas debido a que este tiene tiempo en el mercado, y no tienen conocimiento de la existencia de nuevos productos de frutas deshidratadas, esto proporciona un valor importante para el proyecto ya que se debe basar en la creación de empaques de diferentes frutas, lo cual se tiene en cuenta esto para satisfacer las necesidades de los clientes.

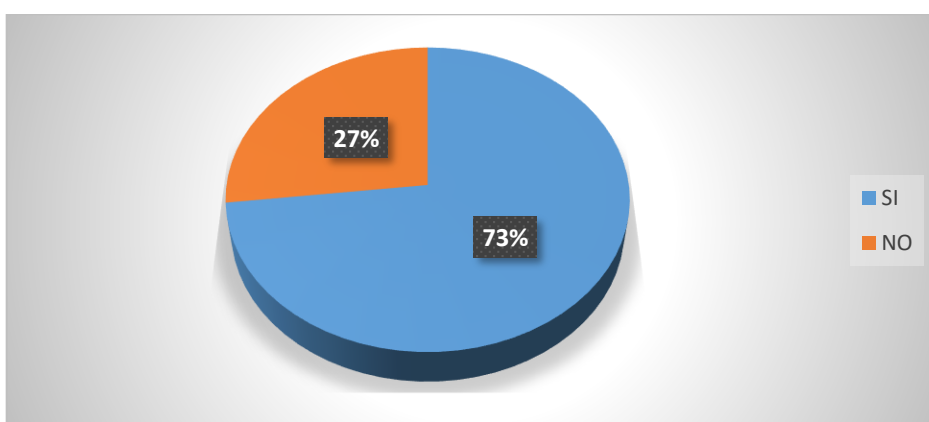
**Pregunta 5:** ¿Si se creara una nueva empresa en la ciudad de Sangolquí dedicada a la deshidratación de frutas adquiriría usted sus productos?

**Cuadro N°11:** Aceptación de la nueva empresa

Opción	Frecuencia	Porcentaje
SI	276	73%
NO	102	27%
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Encuesta



**Gráfico N°5:** Aceptación de la nueva empresa

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Encuesta

### **Interpretación:**

Del total de la población, el 73% adquirirían las frutas deshidratadas si se creara una nueva empresa de este tipo, y un 23% menciona que no.

### **Análisis:**

Con estos resultados se demuestra que la creación de la nueva empresa de deshidratación de frutas en la ciudad de Sangolquí, será aceptada por la mayoría del mercado potencial, lo cual hace factible su pronta implantación.

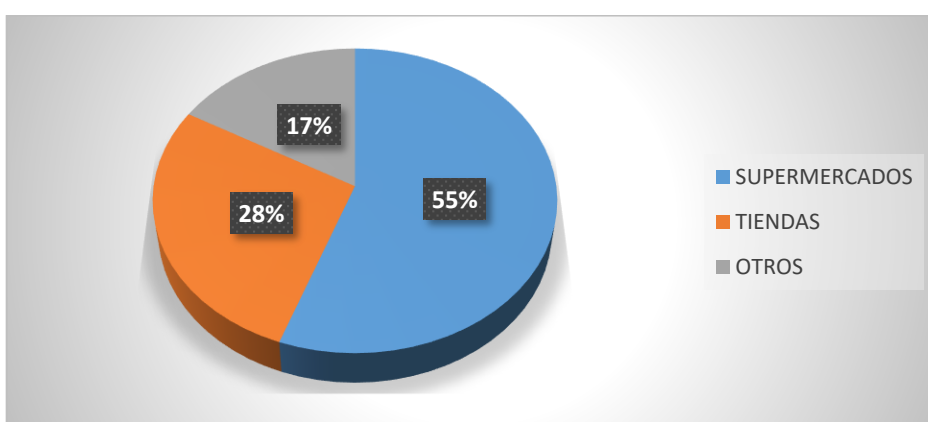
**Pregunta 6:** ¿Cuál sería su lugar de preferencia para comprar las frutas deshidratadas?

**Cuadro N°12:** Lugar de preferencia

Opción	Frecuencia	Porcentaje
SUPERMERCADOS	208	55%
TIENDAS	106	28%
OTROS	64	17%
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Encuesta



**Gráfico N°6:** Lugar de preferencia

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Encuesta

### **Interpretación:**

Del total de la población encuestada el 55% declaran que su lugar de preferencia para comprar las frutas deshidratadas es en los supermercados, el 28% dicen en las tiendas, y el 17% restante en otros lugares.

### **Análisis:**

Las personas lo desean adquirir en los supermercados ya que hoy en día la familia hace sus comprar mensuales, o semanales en dichos lugares, esta información es mucha utilidad para el proyecto ya que la empresa podría buscar formas adecuadas para distribuir sus productos de tal manera que el negocio crezca en el mercado.



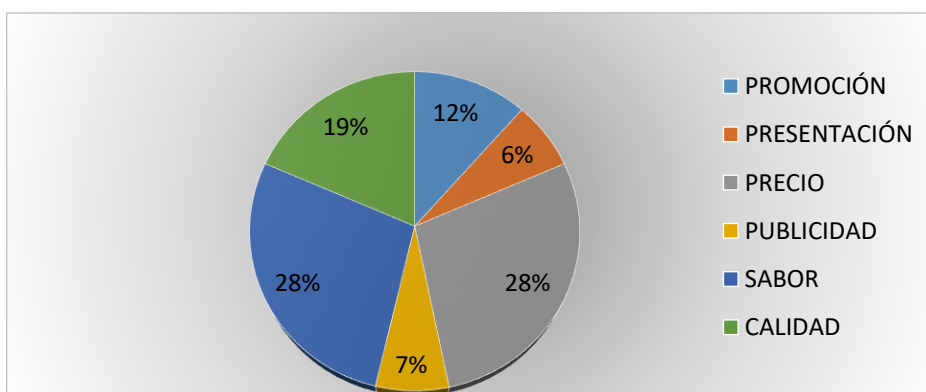
**Pregunta 7:** ¿Cuáles de los siguientes aspectos considera el más importante al momento de comprar la fruta deshidratada?

**Cuadro N°13:** Aspectos importantes

Opción	Frecuencia	Porcentaje
PROMOCIÓN	45	12%
PRESENTACIÓN	23	6%
PRECIO	106	28%
PUBLICIDAD	26	7%
SABOR	106	28%
CALIDAD	72	19%
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Encuesta



**Gráfico N°7:** Aspectos importantes

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Encuesta

### Interpretación:

De los aspectos más importantes que consideran la población para la adquisición del producto según información de los encuestados el que más influye es el precio con un 28%, seguido por el sabor con un 28%, el 19% dicen que la calidad, y con un 12% la promoción, y con un 7% se encuentran la publicidad, y el 6% la presentación del producto.

### Análisis:

En este sentido, con estos resultados se considera que el precio y el sabor juegan un papel preponderante al momento de adquirir este producto, la empresa tomará en cuenta para aplicarlos y de esta manera ofrecer al cliente productos diferentes.

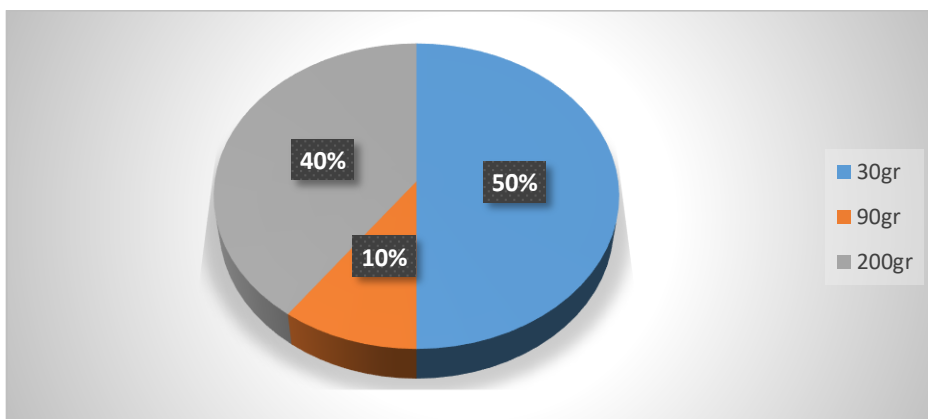
**Pregunta 8:** ¿En qué tipo de presentaciones le gustaría adquirir un producto de fruta deshidratada?

**Cuadro N°14:** Tipo de presentaciones del producto

Opción	Frecuencia	Porcentaje
30gr	189	50%
90gr	38	10%
200gr	151	40%
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Encuesta



**Gráfico N°8:** Tipo de presentaciones del producto

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Encuesta

### **Interpretación:**

Del 100% de la población encuestada el 50% mencionan que prefieren encontrar el producto en una de presentación de 30gr, mientras que 40% les interesó más el empaque de 200gr, y el 10% dicen que sería de su agrado el empaque de 90gr.

### **Análisis:**

En mención a los resultados obtenidos la presentación más adecuada y mayor demanda en la empresa será de 30gr, pero cabe destacar que también se elaborará de las otras presentaciones mencionas, ya que el negocio se distinguirá por satisfacer todas las necesidades el consumidor.

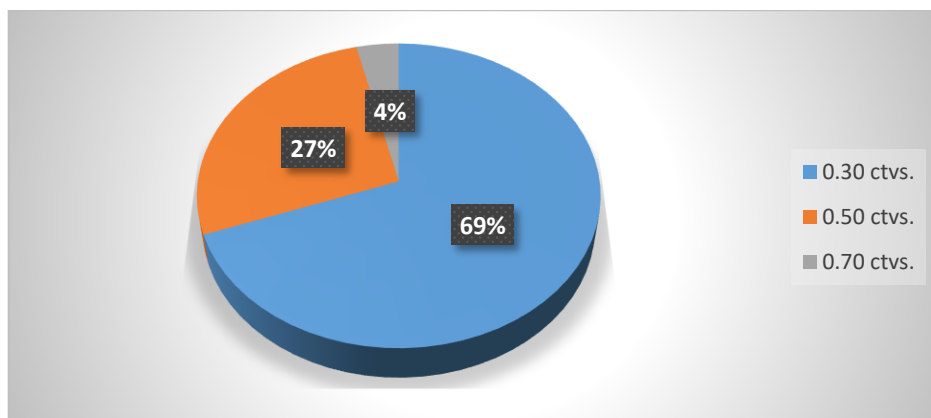
**Pregunta 9:** ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por el producto de fruta deshidratada?

**Cuadro N°15:** Precio estimado del producto

Opción	Frecuencia	Porcentaje
0.30 ctvs.	261	69%
0.50 ctvs.	102	27%
0.70 ctvs.	15	4%
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Encuesta



**Gráfico N°9:** Precio estimado del producto

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Encuesta

### **Interpretación:**

Del total de la población encuestada el 69% dijeron que estarían dispuestos a pagar 0.30 ctvs, por un producto de fruta deshidratada, el 27% consideraron que los 50 ctvs, mientras que un 4% consideran que esta bien el valor de 0.70 ctvs.

### **Análisis:**

Hoy en día viendo la economía del país las personas se están viendo en la necesidad de adquirir productos con un costo moderado que no afecte a sus bolsillos, para lo cual la empresa considerará este factor para fijar estrategias de diferenciación en el mercado y de esta manera poder enfrentar a la posible competencia e incrementar sus ventas.

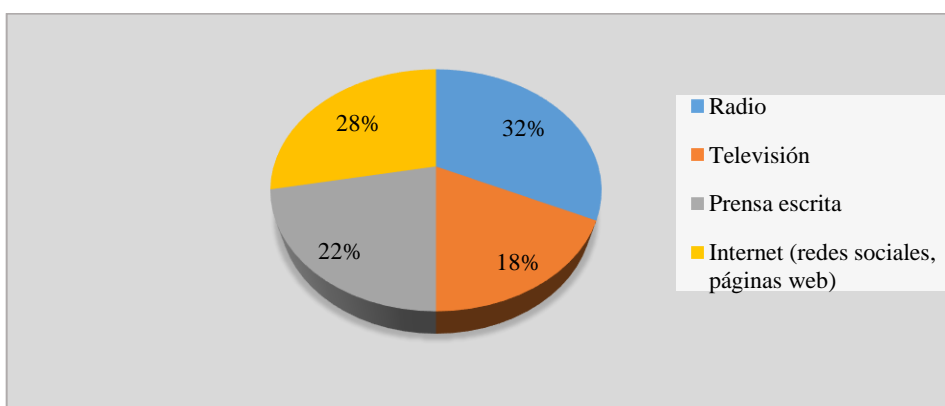
**Pregunta 10:** ¿En medios de comunicación le gustaría encontrar información de promoción y publicidad de la fruta deshidratada?

**Cuadro N°16:** Medios de comunicación

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Radio	121	32%
Televisión	68	18%
Prensa escrita	83	22%
Internet (redes sociales, páginas web)	106	28%
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Encuesta



**Gráfico N°10:** Medios de comunicación

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Encuesta

### Interpretación:

Del total de la población encuestada el 32% prefieren ser informados acerca de los productos de frutas deshidratadas en la radio, un 22% en la prensa escrita, el 28% en el internet estos pueden ser en las redes sociales o páginas web, y el 18% en la televisión.

### Análisis:

Tomando en cuenta estos resultados la empresa dedicada a la elaboración de frutas deshidratadas, debe considerar estos requerimientos de información para promocionar los productos y de esta manera poder llegar fácilmente a la mente del consumidor para lograr a futuro un buen posicionamiento en el mercado.

### 1.2.2 Demanda Potencial

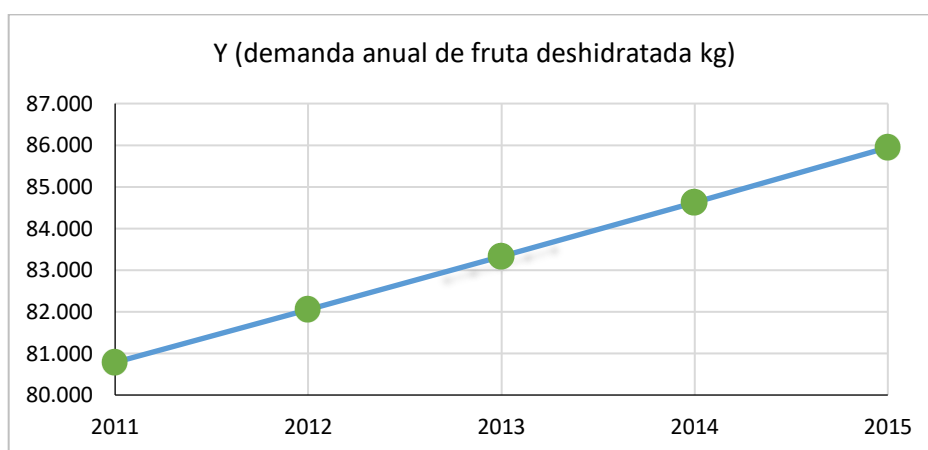
Para la demanda potencial se desarrolla mediante el cálculo de mínimos cuadrados ya que se cuenta con datos históricos de la demanda anual del snack de frutas deshidratadas por kg, tomando en consideración que según (Heredia, 2016), la empresa Milano que se ubica en los Chillos, al oriente de Quito tiene una demanda anual por kg, a continuación se muestra dichos datos.

**Cuadro N°17:** Datos históricos para la demanda

	AÑOS	Y (demanda anual de fruta deshidratada kg)	x.y	x <sup>2</sup>
1	2011	80.784	80.784	1
2	2012	82.044	164.088	4
3	2013	83.324	249.972	9
4	2014	84.624	338.496	16
5	2015	85.944	429.721	25
15		416.720	1.263.061	55

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Empresa Milano Quito (2016)



**Gráfico N°11:** Datos históricos para la demanda

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Empresa Milano Quito (2016)

Formula de mínimos cuadrados:

$$X = \frac{\sum X}{n} \quad Y = \frac{\sum Y}{n} \quad b = \frac{\sum XY - nxy}{\sum X^2 - n(X)^2} \quad a = Y - bx$$

Desarrollo:

$$X = \frac{15}{5} \quad Y = \frac{416.720}{5} \quad b = \frac{1.263.061 - 5 \cdot 3 \cdot 83.344}{55 - 5(3)2} \quad a = 83.344 - 1.290 \cdot 3$$

$$X = 3 \quad Y = 83.344 \quad b = \frac{12.900}{10} \quad a = 79.474$$

$$b = 1.290$$

$$y = a + bx$$

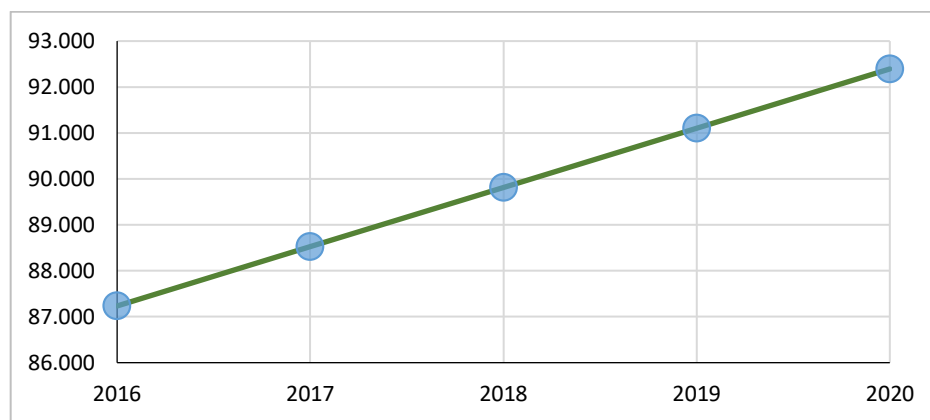
**Cuadro N°18:** Proyección demanda

Años	demanda anual de fruta deshidratada (kg)
2016	87.234
2017	88.524
2018	89.814
2019	91.104
2020	92.394

b= 1.290

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Calculo mínimos cuadrados



**Gráfico N°12:** Proyección de la demanda

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Calculo mínimos cuadrados

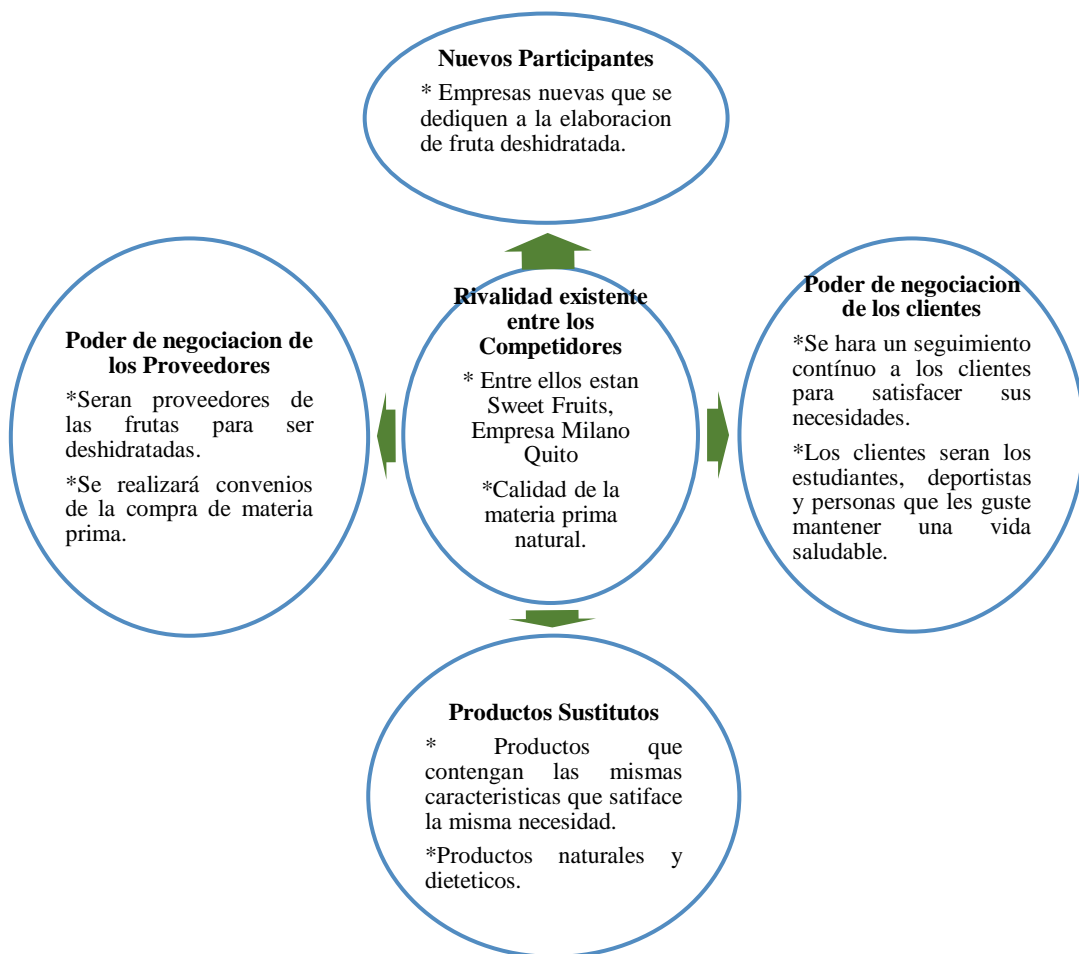
### Análisis:

Mediante el cálculo de la proyección de la demanda tomando en cuenta el valor (b) del resultado de los mínimos cuadrados, se obtuvo una proyección para el año 2016 de 87.234 kg, de fruta deshidratada y de 92.394 kg, para el año 2020 que es el quinto año proyectado.

### 1.3 Análisis del micro y macro ambiente

#### 1.3.1 Análisis del micro ambiente

Se realizó un breve análisis micro ambiente, utilizando el grafico de las 5 fuerzas de Porter, lo que permite conocer los principales factores del mercado que servirán para la toma de decisiones para la empresa dedicada a la deshidratación de frutas.



**Gráfico N°13: 5 Fuerzas de Porter**  
**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos  
**Fuente:** Porter (1979)

También se puede analizar mediante los factores internos del FODA, como son las fortalezas y debilidades se las obtiene a partir del análisis interno empresarial, en este sentido y considerando las expectativas en el proyecto se ha encontrado las siguientes fortalezas y debilidades en la empresa.

**FORTALEZAS:**

- Calidad en la fabricación del producto.
- Productos innovadores en precios.
- Productos sustitutos y alternativos.

**DEBILIDADES:**

- No tener experiencia en la elaboración del producto.
- Falta de capital para invertir en la empresa.
- No tener mucha variedad de frutas deshidratadas.

A continuación, se realiza la matriz de evaluación de factores internos, los valores de las calificaciones son:

1= menor debilidad 2= mayor debilidad

3= menor fuerza 4= mayor fuerza.

**Cuadro N°19: Matriz EFI**

<b>Factores críticos</b>	<b>Peso</b>	<b>Calificación</b>	<b>Total peso ponderación</b>
<b>FORTALEZAS</b>			
Calidad en la fabricación del producto.	0.15	4	0.60
Productos innovadores en precios.	0.20	3	0.60
Productos sustitutos y alternativos	0.14	2	0.28
<b>DEBILIDADES</b>			
No tener experiencia en la elaboración del producto.	0.18	2	0.36
Falta de capital para invertir en la empresa.	0.18	3	0,54
No tener mucha variedad de frutas deshidratadas	0.15	2	0,30
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>2,68</b>

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Investigación de campo



### **Análisis:**

Se dice que el resultado ponderado por debajo de 2,5 representa que la empresa es débil internamente, pero si la ponderación está muy por arriba de 2,5 la organización internamente es fuerte, en este caso se obtuvo un total de peso ponderado de 2,68, esto revela que la empresa es fuerte internamente, de acuerdo a lo concerniente a las fortalezas y debilidades, esto permite augurar un muy buen desarrollo de la organización dentro del mercado.

#### ***1.3.2 Análisis del macro ambiente***

Para este estudio se analiza los factores externos del FODA, que afectan a todas las empresas generalmente son fuerzas que son controladas por la empresa; estas fuerzas son las que se encuentran en el entorno de la empresa, entre estas se tiene, demográficas, naturales, económicas, político social, etc.

Del análisis externo se determinan las oportunidades a las cuales podría acceder la empresa utilizando estrategias que permitan utilizar las fortalezas.

#### **OPORTUNIDADES:**

- Tendencia mundial del consumo de alimentos saludables.
- Convenios con otros mercados.
- Competitividad en precios.
- Accesibilidad a nuevos mercados.
- Dar a conocer el producto a futuros inversionistas.

#### **AMENAZAS:**

- Competencia desmesurada.
- Falta de la materia prima.
- Posible saturación del producto.
- Paradigmas en la mente de los consumidores sobre los productos procesados.

Además, se hizo un estudio interno a través de la matriz de evaluación de factores externos.

**Cuadro N°20:** Matriz EFE

<b>Factores Críticos</b>	<b>Peso</b>	<b>Calificación</b>	<b>Total Peso Ponderación</b>
<b>OPORTUNIDADES</b>			
Tendencia mundial del consumo de alimentos saludables.	0,13	4	0,52
Convenios con otros mercados.	0,12	3	0,36
Competitividad en precios.	0,14	3	0,42
Accesibilidad a nuevos mercados.	0,16	3	0,48
Dar a conocer el producto a futuros inversionistas.	0,12	2	0,24
<b>AMENAZAS</b>			
Competencia desmesurada.	0,11	3	0,33
Falta de la materia prima.	0,07	2	0,14
Posible saturación del producto.	0,08	2	0,16
Paradigmas en la mente de los consumidores sobre los productos procesados.	0,07	2	0,14
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>2,79</b>

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Investigación de campo

#### **Análisis:**

El resultado ponderado por debajo de 2,5 representa que la empresa es débil externamente, por el contrario, si la ponderación está muy por arriba de 2,5 la organización externamente es fuerte. En este caso el resultado de los pesos ponderados es de 2,79 significa que la posición externa de la empresa es fuerte, esto representa grandes oportunidades para la nueva organización, sin embargo, se debe mejorar para potencializar las oportunidades, teniendo en cuenta que este es un mercado muy competitivo, también se debe considerar que no hay que dejar a lado de un análisis continuo de las amenazas, ya que estas pueden convertirse en barreras de entrada al mercado y por ende a los clientes.

**Cuadro N°21: Matriz FODA Estratégico**

	<b>AMENAZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
Externo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Competencia desmesurada.</li> <li>• Falta de la materia prima.</li> <li>• Posible saturación del producto.</li> <li>• Paradigmas en la mente de los consumidores sobre los productos procesados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tendencia mundial del consumo de alimentos saludables.</li> <li>• Convenios con otros mercados.</li> <li>• Competitividad en precios.</li> <li>• Accesibilidad a nuevos mercados.</li> <li>• Dar a conocer el producto a futuros inversionistas.</li> </ul>
Interno		
<b>FORTALEZAS</b>	<b>EFA</b>	<b>EFO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Calidad en la fabricación del producto.</li> <li>• Productos innovadores en precios.</li> <li>• Productos sustitutos y alternativos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ofrecer productos de calidad al mercado.</li> <li>• Establecer políticas de precios ofreciendo así productos acorde al bolsillo del cliente.</li> <li>• Desarrollar estrategias de publicidad adecuadas para brindar una información eficiente al cliente.</li> <li>• Establecer convenios estratégicos con los proveedores.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinar información adecuada de los nutrimentos que proporciona la fruta deshidratada.</li> <li>• Establecer innovación continua en la elaboración de los productos.</li> <li>• Ofrecer descuentos por la compra de cierta cantidad de productos</li> <li>• Establecer estrategias de diferenciación en los costos</li> <li>• Establecer programas y campañas publicitarias.</li> </ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>EDA</b>	<b>EDO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• No tener experiencia en la elaboración del producto.</li> <li>• Falta de capital para invertir en la empresa.</li> <li>• No tener mucha variedad de frutas deshidratadas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitación constante al personal de producción.</li> <li>• Desarrollar planes y programas comerciales en la empresa.</li> <li>• Contar con proveedores de calidad para ofrecer al cliente garantía y variedad en los productos.</li> <li>• Brindar un seguimiento continuo a los clientes para mejorar el servicio del mismo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ofrecer promociones y descuentos en las ventas de los productos.</li> <li>• Hacer alianzas estratégicas con nuevos mercados nacionales e internacionales.</li> <li>• Desarrollar planes eficientes dl negocio para la búsqueda de nuevos inversionistas</li> <li>• Manjar un control adecuado del sistema financiero en la empresa.</li> </ul>

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Investigación de campo

### 1.3.3 Proyección de la oferta

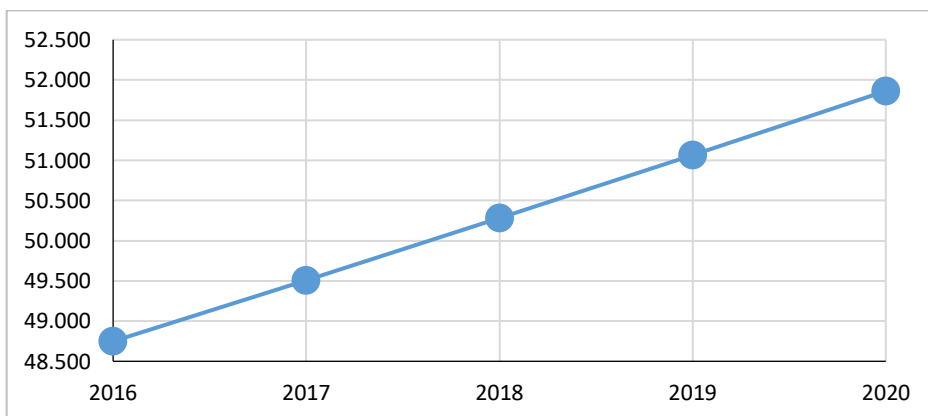
Para el presente trabajo se ha proyectado la oferta en base a datos históricos, según la misma empresa Milano mismo tiene una producción de 48.000 kg en el 2015 de frutas deshidratadas un horizonte futuro, a partir de este dato se proyectará la oferta tomando como factor de proyección la tasa de crecimiento población a nivel nacional (1.56%) según el INEC (2016):

**Cuadro N°22:** Proyección de la Oferta

Año	Oferta kg
2015	48.000
2016	48.749
2017	49.509
2018	50.282
2019	51.066
2020	51.863

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Empresa Milano Quito (2016)



**Gráfico N°14:** Proyección de la oferta

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Cuadro 22

### Análisis:

Con los resultados obtenidos de la proyección de la oferta se determina que para el año 2016 se tiene una oferta de 48.749 kg, de la fruta deshidratada, y para el quinto año proyectado será de 51.863 kg, tomando en cuenta que proyecto en base a la de crecimiento poblacional de 1,56% según INEC.

## 1.4 Demanda Potencial Insatisfecha

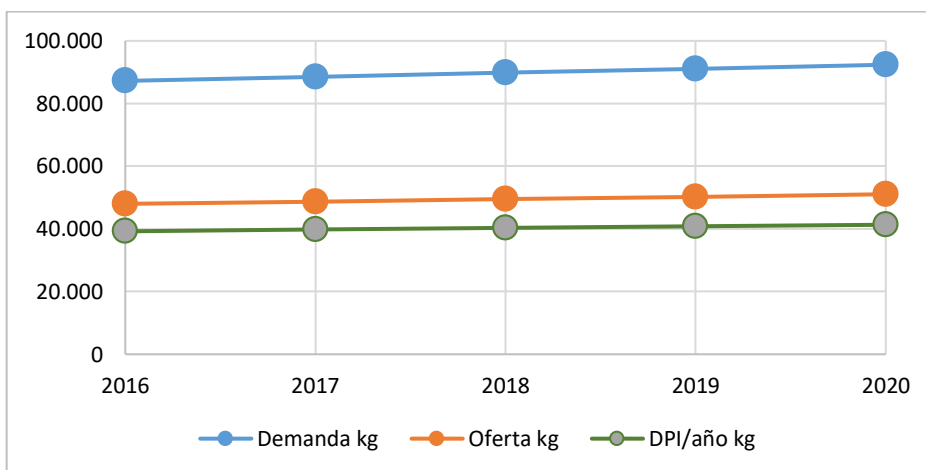
La cantidad de frutas deshidratadas que es probable que se consuma en un futuro de años determinados, a los clientes, en las cantidades que se estimó el cálculo.

**Cuadro N°23: Demanda Potencial Insatisfecha**

Años	Demanda kg	Oferta kg	DPI/año kg	DPI/día kg
2016	87.234	48.000	39.234	107
2017	88.524	48.749	39.775	109
2018	89.814	49.509	40.305	110
2019	91.104	50.282	40.822	112
2020	92.394	51.066	41.328	113

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Cuadros 18 y 22



**Gráfico N°15: Demanda potencial insatisfecha**

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Cuadro 23

### Análisis:

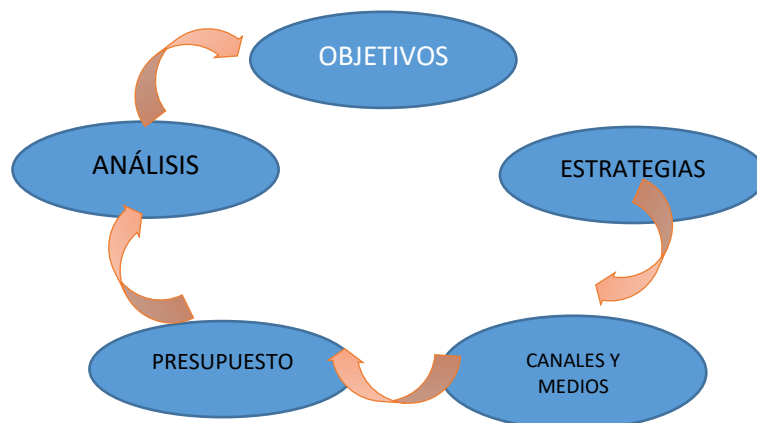
El cuadro indica que existe alta demanda insatisfecha de la fruta deshidratada, teniendo así una demanda insatisfecha para el año 2016 es de 39.234 kg, y para el 2020 de 41.328 de considerando la capacidad instalada se pretende cubrir a penas un pequeño porcentaje de esta.

## 1.5 Promoción y Publicidad

La publicidad es una de las formas de comunicación de la empresa. Se refiere aquí a la comunicación externa, es decir, al conjunto de mensajes que la empresa lanza al exterior, haciendo abstracción de la comunicación interna de la organización, que es objeto de una materia distinta de los demás (Gonzáles & Prieto, 2009).

Mediante la publicidad se busca informar a los consumidores sobre los beneficios del producto ofertado y se pretende persuadirlos para que consuman el producto y lo prefieran sobre los ofertados por la competencia.

Los tipos de publicidad que se va a utilizar para el producto son varios como se está enfocando hacia el mercado resiente y nuevo, y no se cuenta con mucho capital, se utilizará en un principio las propagandas gratis las cuales se encargan los diarios y estaciones radiales comunitarias que buscan noticias sobre asuntos de comunidad los cuales se sienten complacidos escribiendo artículos o transmitiendo noticias acerca de fábricas con productos innovadores y en proceso de crecimiento. Mediante la creación de páginas web y promoción a través de redes sociales ya que son medios de cobertura nacional e internacional de amplia cobertura y rápida difusión, estas acciones permiten dar a conocer el producto de manera directa al mercado objetivo.



**Gráfico N°16:** Plan de medios  
**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos  
**Fuente:** Investigación de campo

## Objetivos

- Desarrollar una imagen para la marca del producto ofrecido que lo diferencie de su competencia y destaque sus valores nutritivos y saludables.
- Dar a conocer el producto ofrecido destacando sus atributos y beneficios para motivar su adquisición.

## Target

El mercado objetivo son los estudiantes y deportistas que por lo general consumen el producto en desayunos, y como snack entre comidas, considerándolo como un alimento saludable.

**Calidad:** Se ofertará un producto de buena calidad, para lo cual se seleccionarán frutas que cumplan especificaciones apropiadas para su procesamiento de deshidratación.

**Envase:** Se utilizarán recipientes de polipropileno, debidamente identificados por lotes, seleccionados según la cantidad especificada para cada envase que contiene su debida etiqueta, registro sanitario, fecha de vencimiento y lote.

**Servicio:** Se cumplirá con las entregas programadas y se tendrá un stock necesario para mantener al mercado siempre abastecido.

**Marca:** La empresa se llamará KRISMAY FRUIT, al igual que la marca con la que se le reconocerá al producto.

**Slogan:** *“DisFRUTA salud”*

**Página Web:** esta página se realizará de manera interactiva con proporcionando información actual de la empresa y de las actividades realizadas para los clientes, además, se tendrá una pestaña para informar sobre eventos, la marca, misión y visión de la empresa, este será un canal directo donde el consumidor podrá enviar sugerencias y comentarios para establecer el mejoramiento continuo. El costo de la página web será de \$150.

**Redes Sociales:** aquí se creará un cuenta de Facebook que se convertirá en un medio de fidelización a la marca con el propósito de captar la atención a los estudiantes y deportistas, así como a toda la familia, y personas que desean tener una vida saludable, lo cual se proporcionara información de las características nutricionales de las frutas deshidratada, dietas adecuadas, noticias de vida saludable y deportes patrocinando por la organización, también la marca y promociones de los productos.

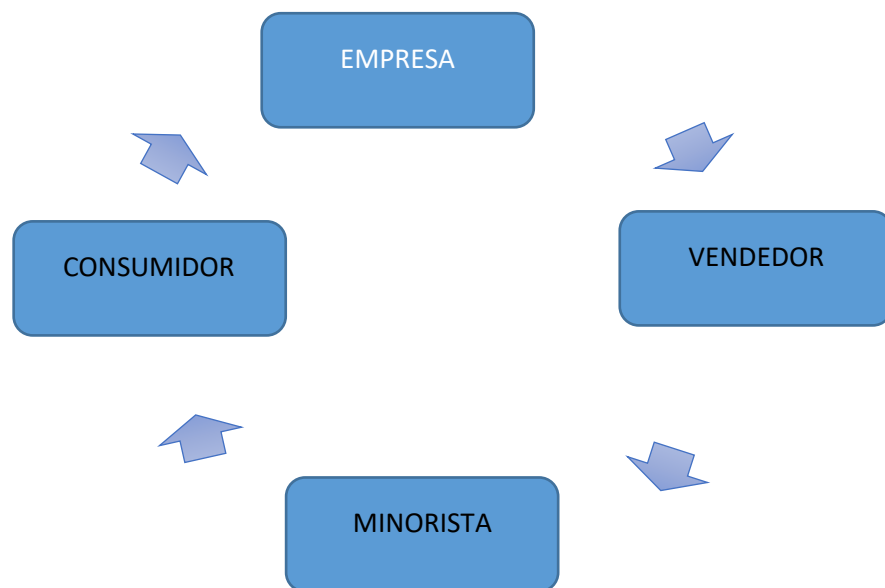
**Radio:** la organización diseñará este tipo de publicidad que se transmitirá en la Radio Ecos de Rumiñahui 88.9 FM capsulas comerciales diarias, tomando en cuenta que este paquete contiene 6 capsulas diarias, cada una contiene: presentación + información de 30 segundos + 1 cuña de 30 segundos el costo unitario de \$1.85, la transmisión será de lunes a viernes, entonces tomando esta información la empresa tendrá un gasto mensual de 222 dólares en este tipo de publicidad.

## **1.6 Sistema de Distribución a Utilizar**

Los canales de distribución se utilizan como medios para hacer llegar el producto hacia el consumidor en las cantidades y el momento apropiado y oportuno a los precios más convenientes e innovadores para las dos partes.

En fin, los canales de distribución son la manera de distribuir en distintas rutas los productos para que se acerquen cada vez hacia el consumidor final.





**Gráfico N°17:** Canales de distribución  
**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos  
**Fuente:** Investigación de campo

La empresa utilizará un vendedor para hacer llegar el producto a los minoristas, quienes entregarán el producto directamente al consumidor.

Por otra parte, se pretende utilizar agentes mayoristas brindándoles atractivos beneficios, aproximadamente se establecerá un margen del 40% para que puedan utilizarlo en la cadena de distribución hasta que llegue el producto al consumidor final, es decir, entregaremos a los especialistas mayoristas la distribución de nuestro producto, y nos dedicaremos a nuestra especialidad, producir un producto de buena calidad a precios competitivos.

### 1.7 Seguimiento de Clientes

Para hacer un seguimiento a los clientes no basta con cerrar la venta, se debe hacer un seguimiento moderado para no parecer hostigosos ante el cliente.

Para esto se debe contar con una ficha del cliente con sus datos principales los cuales nos permitirán conocer las necesidades del cliente y ofrecerles un producto mejor en cada momento.

Es importante la amabilidad con el cliente, agradecerle mediante tarjetas o cartas de agradecimiento.

En ocasiones se puede llamar para conocer cuan satisfecho está con el producto o si ha obtenido los resultados que ha deseado.

**Cuadro N°24:** Formato de seguimiento a los clientes

<b><i>Ficha de Cliente KRISMAY FRUIT</i></b>			
<b>Nombre:</b>		<b>RUC:</b>	
<b>Empresa:</b>		<b>Productos de interés</b>	
<b>Departamento:</b>			
<b>Cargo:</b>			
<b>Teléfono:</b>			
<b>Celular:</b>			
<b>E-mail:</b>			

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Investigación de campo

### **1.7 Especificar mercados alternativos.**

Los mercados alternativos apoyan a expandir la comercialización del producto o de incluirlos en el mismo, por ejemplo, en la fábrica abrir un punto de venta directo al consumidor.

Por otra parte, los mercados alternativos brindan la posibilidad de ingresos extras al giro real del negocio, por ejemplo, se puede utilizar la fruta rechazada para venderla como materia orgánica para abono, o para la producción de alimento para animales de granja, entre otras alternativas.

Otra forma de los mercados alternativos será expandir a otros michos en este caso sería establecer estrategias adecuadas para penetrar en el mercado quiteño de la provincia de Pichincha.

## CAPÍTULO II

### ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES)

#### 2.1 Descripción del Proceso

##### 2.1.1 Descripción de proceso del bien o servicio

“Un proceso es un conjunto de actividades mutuamente relacionadas o que interactúan, las cuales transforman elementos de entrada en resultados”. (Pérez, 2010)

“El proceso productivo; se refiere a los procesos de producción continua propiamente dichos, es decir, aquellas actividades que con el apoyo de la tecnología se encargan de transformar materia prima o productos intermedios en productos finales”. (Valderrama, 2001)

Al proceso de deshidratación de la fruta es necesario darle un cuidado riguroso con el fin de conseguir óptimos resultados; Es importante que el secado no exceda ciertos valores de temperatura para no alterar la estructura del alimento ni tampoco el nivel de nutrientes y vitaminas.

#### **PROCESO PRODUCTIVO**

**Recepción:** Para la recepción de la materia prima primero se realiza una inspección para determinar la calidad del producto y si cumple con las determinaciones adquiridas en cuanto a salubridad.

**Selección:** Se selecciona y elimina la fruta mallugada o en mal estado, y se la clasifica según el tamaño y estado de madurez de la fruta.

**Pesado:** Luego de terminada la inspección se realiza el pesado de la fruta, se lo hace según la cantidad exacta que va a ingresar al proceso de deshidratación.

**Lavado:** Se pone la fruta en recipientes grandes con agua para eliminar el polvo y otras partículas extrañas, una vez limpia la fruta se procede a desinfectarla en una solución apropiada por el tiempo mínimo 5 minutos, luego de esto y por último se lava la fruta con agua potable para eliminar cualquier residuo de desinfectante que pudiera haber quedado.

**Pelado:** Se puede realizar dos tipos de pelados según el tipo de fruta; el pelado manual se lo realiza con cuchillos con filo de acero inoxidable sobre una meza de trabajo de acero inoxidable, la otra alternativa es utilizar máquinas peladoras de frutas.

**Trozado:** La fruta se debe cortar en trozos iguales de espesor, esto ayuda a que su nivel de deshidratación de equilibrio al producto final, actividad que también se la puede realizar con máquinas cortadoras de fruta.

**Escurreido:** Se debe dejar que la fruta escurra sobre coladeras o mallas, no deben estar sobrepuestas, sino bien distribuidas.

**Deshidratado:** Se debe controlar la temperatura y tiempo de secado, la temperatura adecuada para esta actividad es de 50°C a 60°C que varía según el tipo de fruta.







**Enfriamiento:** El enfriado es a temperatura ambiente.

**Inspección:** Se debe hacer una inspección visual para ver si no hay materiales u objetos extraños tales como pelos, residuos de frutas o algún otro material, etc. A parte de todo esto se debe observar si el proceso de deshidratación y producto final cumple con todos los parámetros de calidad requeridos.

**Envasado:** Una vez que la fruta deshidratada este completamente fría y cumpla con los parámetros de calidad adecuados se procede a envasarlos en recipientes plásticos de polipropileno, debidamente identificados por lotes, se seleccionará según la cantidad de cada envase con su debida etiqueta, fecha de vencimiento y lote.

**Almacenamiento:** Se debe tomar muy en cuenta que el lugar donde se va almacenar se encuentre en excelentes condiciones de conservación ósea fresca, limpia y seca.

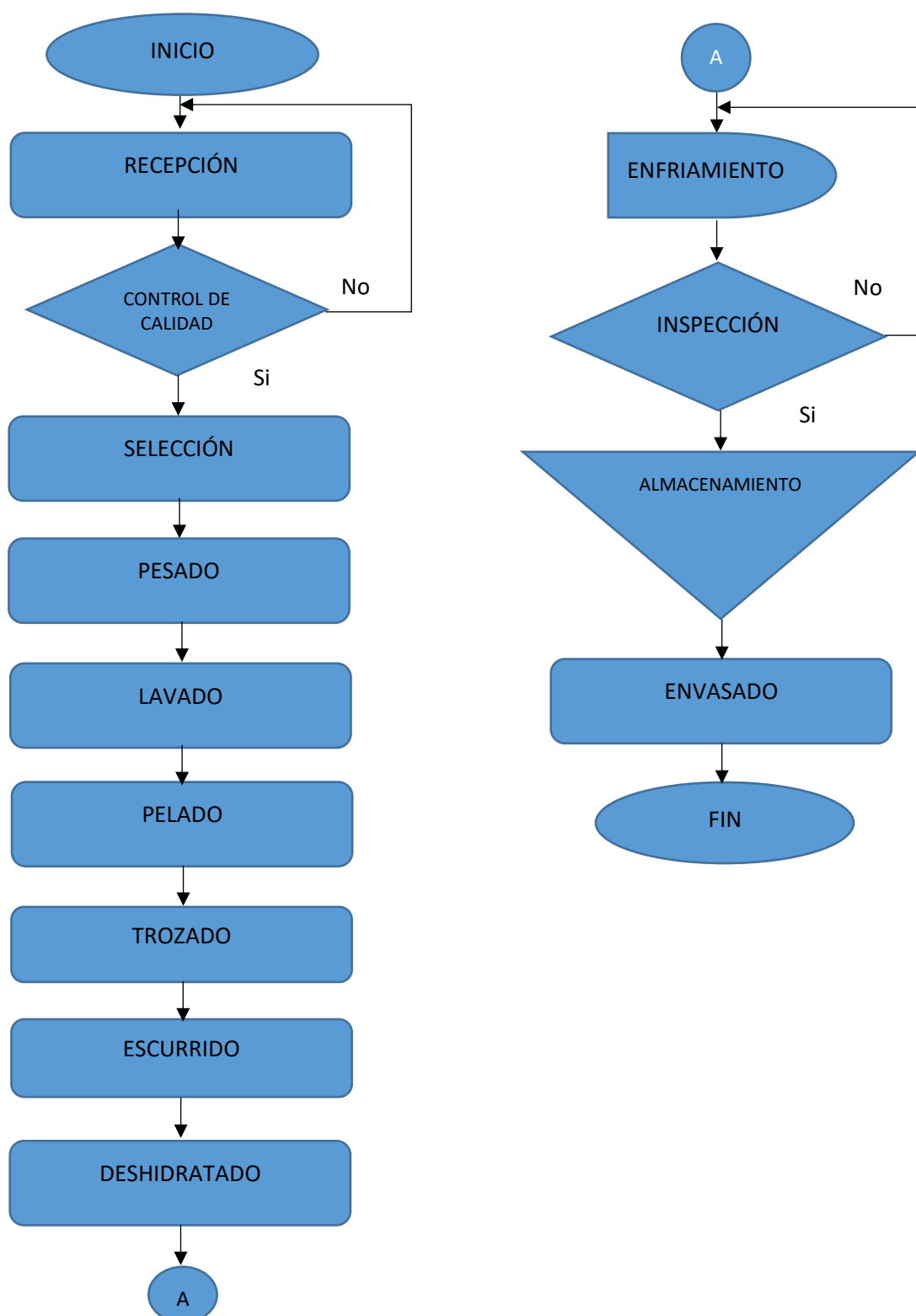
**Cuadro N°25: Simbología**

Símbolo	Significado
	Indica el inicio o fin del proceso.
	Proceso: simboliza las operaciones que se efectúan para obtener un resultado.
	Decisión: figura las operaciones de tipo lógico que contenga el algoritmo.
	Conector: constituye una conexión o enlace de una parte del diagrama de flujo con otra parte lejana del mismo.
	Almacenamiento: por lo general representa el almacenamiento de materias primas.
	Dirección de flujo o línea de unión: conecta los símbolos señalando el orden en que se deben realizar las distintas operaciones.

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Investigación de campo

## DIAGRAMA DE FLUJO PARA EL DESHIDRATADO DE FRUTAS



**Gráfico N°18:** Diagrama de Flujo fruta deshidratada  
**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos  
**Fuente:** Investigación de campo



**Gráfico N°19:** Mapa de procesos  
**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos  
**Fuente:** Investigación de campo

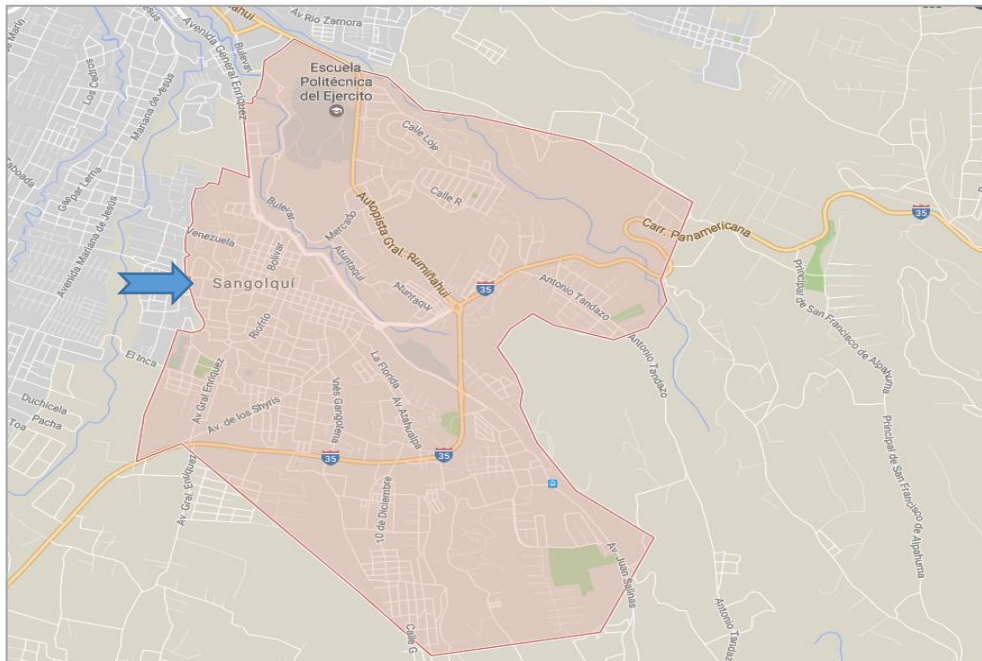
### **Análisis:**

El mapa de procesos representa para la empresa las actividades y recursos interrelacionados que transforman elementos en entrada y elementos de salidos aportando valor añadido para los clientes o usuarios. El propósito que tiene todo proceso es ofrecer al cliente un servicio eficiente que pueda cubrir sus necesidades, que satisfaga sus expectativas, con el mayor grado de rendimiento en coste, servicio y calidad. De esta manera el proyecto se desarrolla los procesos estratégicos donde está establecido por la más alta autoridad, el gerente, el proceso operativo todo lo que tenga que ver del área de producción para la fruta deshidratada, y en los procesos de apoyo se encuentra el are contable, y para soporte y ayuda del cumplimiento de los objetivos de los procesos.

### 2.1.2 Descripción de instalaciones, equipos y personas

La capacidad instalada de una empresa “es la cantidad máxima de bienes o servicios que pueden obtenerse de las plantas y equipo de la organización por unidad de tiempo, bajo condiciones tecnológicas dadas”. (Becker, 2015)

La empresa KRISMAY FRUIT, dedicada a la deshidratación de frutas estará ubicada en la ciudad de Sangolqui perteneciente al cantón Rumiñahui de la provincia de Pichincha.



### Imagen N°1: Mapa de ubicación de la empresa

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Google maps (2016)

Las instalaciones de la empresa están distribuidas dentro del espacio físico de la siguiente manera:

- Área de Producción.
- Almacén de Materia Prima e Insumos.
- Almacén de productos terminados.
- Oficinas Administrativas.



La correcta distribución permitirá desenvolverse eficiente y eficazmente dentro de la institución, permitiendo atender los requerimientos de los clientes internos y externos, como se observa en el siguiente gráfico:

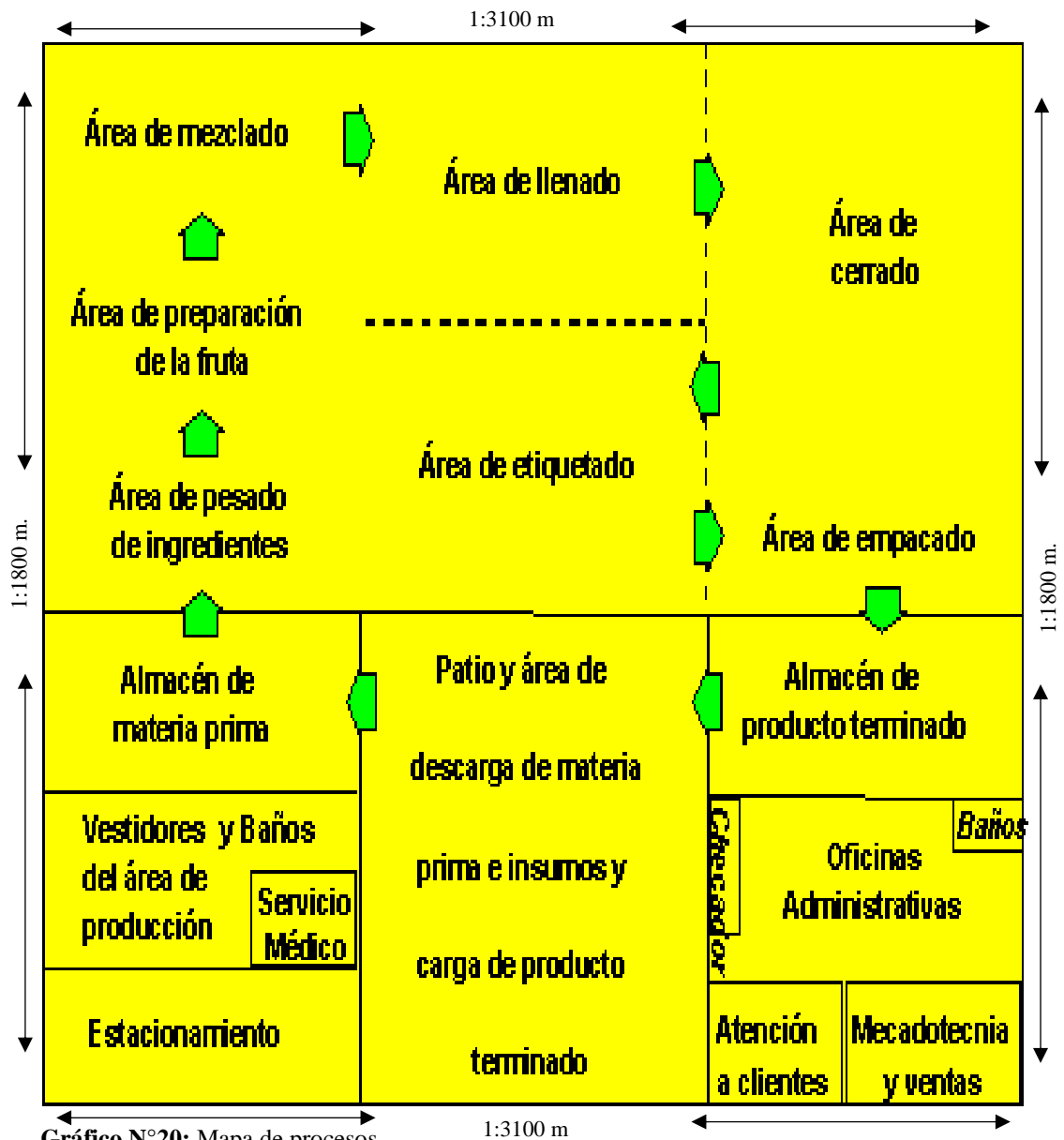


Gráfico N°20: Mapa de procesos  
Elaborado por: Magally Villagómez Armijos  
Fuente: Investigación de campo

### Descripción de Equipos y maquinaria

Para la elaboración de las frutas deshidratadas se cuenta con la siguiente maquinaria para la producción, elaboración y comercialización con sus respectivos costos.

**Cuadro N°26: Maquinaria**

ACTIVIDAD	EQUIPO	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	COSTO
Deshidratador de Frutas	Horno deshidratador	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacidad de 10 a 20 kilogramos</li> <li>- Altura 1.2 metros fondo 80cms.</li> <li>- Motor 220 V.</li> <li>- Material Acero inoxidable.</li> <li>- Controles de temperatura.</li> <li>- Manejo Fácil.</li> <li>- Termorreguladores, entre otros.</li> </ul>	5.000.00
Empacar	Empacadora	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pesaje de 10 hasta 250 gramos.</li> <li>- Capacidad aproximadamente de 10 a 15 bolsas por minuto.</li> <li>- Tamaño: ancho 40mm, 180mm a 250mm.</li> <li>- Material estructural: Acero inoxidable.</li> <li>- Control: Sistema de control por medio de microprocesador con pantalla y teclado simplificado.</li> </ul>	1225.00
Peso	Balanza	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Modelo X1.</li> <li>- Dimensión de la plataforma 35cm por 35cm.</li> <li>- Unidades: peso en kilogramos y libras.</li> <li>- Capacidad 80Kg.</li> </ul>	65.00
<b>TOTAL</b>			6.290.00

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Investigación de campo

**Cuadro N°27: Muebles de producción**

ACTIVIDAD	EQUIPO	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	COSTO
Empleo de la materia prima	Mesas de acero inoxidable	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Material acero inoxidable.</li> <li>- Dimensión 120cm X 60cm X 90cm.</li> <li>- Función: Se emplea para colocar la materia prima</li> </ul>	200.00
Botar desperdicios	Basureros	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Alto 59.5cm.</li> <li>- Diámetro 26 cm.</li> <li>- Capacidad 20 litros.</li> <li>- Capacidad 2.8 kg.</li> </ul>	10.00
<b>TOTAL</b>			210.00

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Investigación de campo

**Cuadro N°28:** Equipos de producción

ACTIVIDAD	EQUIPO	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	COSTO
Pelado y picado de frutas de forma manual.	Cuchillos de acero inoxidable	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cuchillos de 8 y 10 cm.</li> <li>- Material Acero inoxidable.</li> </ul>	20.00
Afilar los cuchillos	Afilador de cuchillos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Afilador 8 pulgadas.</li> <li>- Material Acero inoxidable.</li> </ul>	15.00
Mezcladora	Cucharas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombre del menaje: Cucharones de 4,6,8 onzas,</li> <li>- Dimensiones 52 cm de largo en total.</li> <li>- Material: Acero inoxidable.</li> </ul>	15.00
Cilindro de gas	Cilindro de gas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cilindro metálico de acero.</li> </ul>	50.00
Sacar la fruta	Espátulas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombre del menaje: Espátula.</li> <li>- Material Acero inoxidable.</li> </ul>	10.00
<b>TOTAL</b>			<b>110.00</b>

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos**Fuente:** Investigación de campo**Cuadro N°29:** Equipos de computo

ACTIVIDAD	EQUIPO	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	COSTO
Trabajos de oficina	Computadora	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Marca Intel.</li> <li>- Microprocesador dual core de 2.1GHz de velocidad.</li> <li>- Memoria RAM 04 GYGABYTE instalados.</li> <li>- Disco duro 100 GB mínimo, entre otros.</li> </ul>	520.00
Impresiones	Impresora Epson	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Modelo mult. WF 2630</li> <li>- Activación de servicio de fax.</li> <li>- Velocidad de impresión escaner</li> </ul>	195.00
Llamadas	Teléfono	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Marca PANASONIC.</li> <li>- Color negro. y</li> <li>- Frecuencia 1.91 GHz / 1.92 GHz.</li> <li>- Sistema DECT.</li> <li>- Capacidad para varias unidades de base.</li> </ul>	54.00
<b>TOTAL</b>			<b>769.00</b>

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos**Fuente:** Investigación de campo

**Cuadro N°30: Muebles de oficina**

ACTIVIDAD	EQUIPO	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	COSTO
Uso en la oficina	Escritorios Delta	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Medidas Alto 0.75; Ancho 1.21.</li> <li>- Empaque: peso 40kg.</li> <li>- Volumen 0.13m<sup>2</sup></li> </ul>	200.00
Uso en la oficina	Sillas Contempo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Medidas: Alto 0.9; Ancho 0.52.</li> <li>- Empaque: Peso 10.74 kg.</li> <li>- Volumen 0.30 m<sup>2</sup></li> </ul>	75.0
Archivar documentos	Archivadores	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Archivador de metal de cuatro cajones, color negro</li> </ul>	70,0
Descanso y espera de los clientes	Sillas de espera	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diseño ergonómico, sillas de metal enmarcadas resistentes, tapizado, apilables (máximo 10 piezas) puntas de plástico para proteger el suelo, esponja de alta densidad, color negro.</li> </ul>	42.30
<b>TOTAL</b>			<b>387.30</b>

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Investigación de campo

### Descripción de personas

**Cuadro N°31: Descripción del personal**

ACTIVIDAD	TIEMPO	NÚMERO DE PERSONAS	HORAS HOMBRE
Operarios	8 Horas laborables	6	48 horas / hombre
Gerente	8 Horas laborables	1	8 horas / hombre
Secretaria	8 Horas laborables	1	8 horas / hombre
Contador	8 Horas laborables	1	8 horas / hombre
Vendedor	8 Horas laborables	1	8 horas / hombre

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Investigación de campo

En el área de producción para la elaboración del producto: Frutas deshidratadas van a trabajar 6 personas las cuales se van a encargar de todo el proceso que es recepción, selección, lavado, pelado, entre otras hasta el empaclado, en el área administrativa, gerente, secretaria, y contador, y el área de ventas trabajarán una sola persona tomando en cuenta que los días laborables serán de lunes a viernes, de 8:00 am y 5:00 pm tomándose una hora para el almuerzo, cumpliendo así las 8 horas diarias.

### 2.1.3 Tecnologías a aplicar

Para el proceso de deshidratación de frutas la tecnología en la que se basa el proceso productivo está alineada al código de prácticas de higiene para las frutas y hortalizas deshidratadas incluidos los hongos comestibles (cac/rcp 5-1971).

El código de prácticas de higiene se aplica a las frutas y hortalizas que han sido deshidratadas artificialmente, incluidas las desecas por liofilización bien sea a partir de productos frescos o bien en combinación con la desecación al sol y comprende los productos a los que suele aludirse con la expresión de alimentos deshidratados.

Estas frutas y hortalizas contienen relativamente poca humedad y en general tienen un sabor desagradable cuando están deshidratadas artificialmente y pueden mantenerse en condiciones normales sin que se alteren demasiado por la acción de mohos, acción enzimática o bacteriana.

## 2.2 Factores que afectan el Plan de Operaciones

### 2.2.1 Ritmo de producción

Se determina que el ritmo mensual de trabajo es de 8 horas diarias de trabajo, 5 días a la semana el total de operadores que trabajarán en el área de producción serán de 6 personas.

**Cuadro N°32:** Ritmo de producción

ACTIVIDAD	N° DE PERSONAS	TIEMPO PROMEDIO	TIEMPO NORMAL	RITMO DE TRABAJO
Operarios	6	8 horas diarias	8 horas laborables	960 horas mensuales
Gerente	1	8 horas diarias	8 horas laborables	160 horas mensuales
Secretaria	1	8 horas diarias	8 horas laborables	160 horas mensuales
Contador	1	8 horas diarias	8 horas laborables	160 horas mensuales
Vendedor	1	8 horas diarias	8 horas laborables	160 horas mensuales

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Investigación de campo

### 2.2.2 Nivel de inventario promedio

Considerando la capacidad instalada de dos hornos deshidratadores, para determinar el stock mensual de fruta deshidratada se determina en primera instancia lo siguiente: la maquina deshidrata 5 kg de fruta por bandeja y esta consta de 20 fuentes, resultando un total de 195.5 kg de fruta deshidratada por máquina.

Considerando la capacidad instalada para dos hornos por 8 horas laborables diarias se puede procesar 391 kg de fruta deshidratada al día, en este sentido se tiene previsto que para los años 1 y 2 se pretende producir el 80%, y a partir del tercer año al quinto año se pretende alcanzar el 90%.

**Cuadro N°33:** Ritmo de producción

<b>Tiempo</b>	<b>Capacidad instalada en Kg de producción</b>	<b>Previsión de la producción en Kg</b>
8 horas (diarias)	391	391
5 días (semana)	1.563	1250
4 semanas (mes)	6.250	5000
12 meses (anual)	75.000	60.000

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Investigación de campo

Con estos antecedentes, y considerando que se comercializará el producto mediante preventa, es decir, con pedidos realizados con antelación a la entrega (una semana), el nivel de inventario promedio será considerado para la producción de una semana, es decir, 1.250 Kg de fruta deshidratada.

### 2.2.3 Número de trabajadores

La empresa contará con 9 personas que trabajaran 8 horas diarias a contrato fijo.

#### **GERENCIA:**

**CARGO:** Gerente Administrativo de la Empresa.

**OBJETIVO:** El gerente va ser la persona quien esté al frente de la empresa, quien se encargará de controlar el buen funcionamiento de la misma y colocarla en una buena posición en el mercado.

**FUNCIONES:**

- La gerencia planea y ejecuta una vez los objetivos han sido determinados.
- Organiza para llevar a la práctica los planes preparados.
- Direcciona la motivación, guía, estímulo y actuación para el óptimo alcance de los objetivos deseados.
- Controla cualitativamente y cuantitativamente en función a la ejecución de los patrones con los cuales vamos a determinar si es necesario tomar acción correctiva dentro de las normas establecidas dentro de la empresa.

**CONTADOR:**

**CARGO:** Contador.

**OBJETIVO:** El contador realiza los estados financieros de la empresa dentro de los cuales va a registrar las transacciones financieras (asientos contables).

Realiza informes periódicos de los estados financieros.

Apoya en los procesos del presupuesto, planificación financiera, cuentas por cobrar, cuentas por pagar, entre otras.

**FUNCIONES:**

- Contabiliza el registro numérico de cada una de las transacciones.
- Verifica si las facturas que ingresan a los departamentos están correctamente los datos.
- Verifica y registra en el sistema las facturas recibidas.
- Realiza el cálculo de las planillas de retención de impuestos.

- Lleva mensualmente los libros generales

### **SECRETARÍA:**

CARGO: Secretaria.

OBJETIVO: La secretaria es responsable de la operación diaria de la oficina, tiene que tener una buena predisposición y actitud para con los clientes, ya que va ser la primera persona que los clientes conozcan.

### **FUNCIONES:**

- Realiza una evaluación periódica de los proveedores para verificar el cumplimiento y servicios de los mismos.
- Recibir e informar asuntos que tenga que ver con los departamentos correspondientes y realizar bien el trabajo asignado.
- Atender y orientar al público de una manera cortés y amable acerca de los productos que ofrecemos.
- Hacer y recibir llamadas telefónicas para mantener a los jefes al tanto de los compromisos.

### **OPERARIOS:**

CARGO: Operarios.

OBJETIVO: Realizar el respectivo proceso productivo de la fruta deshidratada mediante sus respectivas áreas dentro de la empresa.

### **FUNCIONES:**

- Debe mantener lo necesario para el procesamiento de la fruta.
- Ser responsable de planificar, organizar, dirigir y controlar todo el proceso productivo desde que la materia prima llega recepción hasta la transformación en producto terminado que es la fruta deshidratada.



**VENDEDOR:**

CARGO: Vendedor.

OBJETIVO: La tarea del vendedor que le corresponde realizar no consiste solo en brindar un buen servicio al cliente, deben realizar un conjunto de actividades que le permitan lograr determinados objetivos como retener a los clientes actuales y captar nuevos clientes, lograr determinar determinados volúmenes de ventas, mantener o mejorar la participación en el mercado y generar una determinada utilidad o beneficio.

**FUNCIONES:**

- Establecer un nexo entre el cliente y la empresa.
- Contribuir activamente a la solución de problemas.
- Administrar su territorio de ventas.
- Integrarse a las actividades de mercadotecnia de la empresa.

**2.3 Capacidad de Producción****2.3.1 Capacidad de Producción Futura**

Para el proyecto se proyecta la capacidad de producción en base a la tasa de inflación del mes de julio del año 2016 según el Banco Central del Ecuador (1.58%).

**Cuadro N°34:** Proyección de la producción

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Fruta deshidratada	60.000	60.948	61.911	62.889	63.883

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Investigación de campo

La capacidad de producción para el primer año es de aproximadamente 60.000 kg, para el quinto año será de 63.883 kg, de fruta deshidratada.

## **2.4 Definición de Recursos necesarios para la Producción**

### ***2.4.1 Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar***

#### **Descripción de las frutas:**

##### **MANZANA:**

La manzana es una fruta pomácea comestible, fruto del manzano doméstico (*Malus domestica*) otros manzanos (especie del genero *Malus*) o híbridos de aquel.

**ORIGEN:** Tradicionalmente se dice que su origen está situado en la zona de Almá-Atá o Almatý antigua capital de la república Soviética de Kazajistán y actual segunda ciudad más importante del estado Kazajo Independiente. De hecho, Almatý es la forma adjetiva del sustantivo “manzana” en kazajo y es popularmente traducida como “Padre de las manzanas”.

##### **BENEFICIOS:**

- La manzana es un buen regulador intestinal, combate el estreñimiento, haciendo de esta fruta un laxante suave si se la consume asada o cocida.
- Al mismo tiempo, aunque parezca contradictorio está indicado en caso de colitis, diarrea y gastroenteritis, pues las pectinas que contiene su piel, tienen propiedades absorbentes, por ello se aconseja comerla cruda y con piel.
- Facilita la recuperación del intestino después una diarrea, pues ayuda a restablecer y mantener la flora intestinal.

- Elimina las toxinas del hígado, gracias a su contenido en Cisteína.
- Por su contenido en fósforo, hierro y vitaminas es tónico cerebral incrementa la capacidad mental.
- Reconstituyente en personas convalecientes y embarazadas.



**Imagen N°2:** Materia prima manzana  
**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos  
**Fuente:** Investigación de campo

## **MANGO:**

Pertenece a la familia de las Anacardiáceas o marañón que presenta más de 50 especies diferentes, de las cuales solo unas pocas se utilizan como fruta comestible. Su fruto es carnoso su peso, varía de 150 a 2 Kg con forma ovalada o algo oblonga, obtusa en sus extremos, su piel es lisa y gruesa de color que varía desde el verde, amarillo con tonalidades rosadas, rojas o violetas donde recibe la luz del sol, su pulpa es de color amarillo intenso rosado, el anaranjado jugoso y refrescante, especialmente cuando está bien madura.

**ORIGEN:** Es un fruto tropical originario de la India. Se cultiva en el sureste de Asia, Sudáfrica, Egipto, Israel, Indonesia, Florida, Hawái, México, Brasil, Cuba y los países centroamericanos. En España se produce en Málaga, Granada y las Islas Canarias.

Es conocido como melocotón de los trópicos dulce, sabroso y refrescante.

### **BENEFICIOS:**

- Su consumo es adecuado para toda la población niños, jóvenes, adultos, deportistas, mujeres embarazadas o madres lactantes y personas mayores.
- Un mango de 300g cubre la totalidad de las necesidades de un adulto de vitamina A y C Antioxidantes que contribuyen a reducir el riesgo de múltiples enfermedades entre ellas las cardiovasculares, las degenerativas incluso el cáncer y es una excelente fuente de betacaroteno, su principal componente es el agua y es muy rico en minerales, magnesio y potasio.
- Vitamina A.- Mejora la visión, el buen estado de la piel, el cabello, las mucosas, los huesos y para el buen funcionamiento del sistema inmunológico.
- POR SU CONTENIDO EN POTASIO: Es bueno para el sistema nervioso y para la actividad muscular normal, También interviene en el equilibrio de agua dentro y fuera de la célula, es bueno para quienes toman diuréticos que eliminan potasio ya que el mango es rico en este mineral.
- Por su vitamina C: Mejora la formación de colágeno, huesos, dientes, glóbulos rojos y favorece la absorción del hierro de los alimentos y la resistencia a las absorciones. Tienen función antioxidante. La vitamina C aumenta la absorción de hierro de los alimentos por lo que se aconseja en caso de anemia ferropénica.
- Por su magnesio: Mejora el funcionamiento del intestino, nervios y músculos, forma parte de los huesos y dientes: y además mejora la inmunidad y posee un suave efecto laxante.



**Imagen N°3:** Materia prima mango  
**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos  
**Fuente:** Investigación de campo

### **DURAZNOS:**

Su tamaño, es de un aproximado de 3 centímetros de diámetro, pero gracias a los injertos se puede aumentar el tamaño.

Se desarrolla en zonas frías de aproximadamente 15 grados centígrados.

Tienen gran capacidad de reproducción en estas zonas, de hecho, puede crecer a partir de sembrar un hueso de durazno.

El fruto de un árbol de durazno se presenta en los últimos meses de la primavera, es decir Abril o Mayo.

**ORIGEN:** Es un árbol originario de China, Afganistán e Irán. Fue traído a occidente por los romanos que lo tomaron como originario de Persia y así lo denominaron Pérsica, usada en sus antiguas denominaciones genérica o específica.

Persiste en numerosos nombres populares ibéricos como por ejemplo albérchigo el pérsico o bresquilla / fresquilla.

## **BENEFICIOS:**

- La fruta durazno es dulce y jugoso, se lo reconoce por su aspecto aterciopelado de su piel es rico en fibra y vitamina A, se destaca por su alto contenido en vitamina C.
- Ayuda a estimular la secreción de jugos digestivos, aportan fibra soluble e insoluble, regula los niveles de colesterol y glucosa en sangre y previene la enfermedad cardiovascular.
- Disminuye el dolor que causan los problemas reumáticos y es de gran ayuda en las enfermedades pulmonares.
- Estimula el apetito, Ayuda en la limpieza de los riñones y en la vesícula biliar, tonifica el estómago, hígado y corazón.
- Los carotenos benefician la vista, la piel, las encías y los dientes.
- Sus vitaminas producen en efecto antioxidante, protege el organismo del envejecimiento, previene ciertos tipos de cáncer y disminuye el riesgo de desarrollo de enfermedades crónicas y degenerativas.



**Imagen N°4:** Materia prima durazno

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Investigación de campo

## **PIÑA:**

La Piña o Ananas comosus es una planta perenne de la familia de la bromeliácea nativa de América del sur, esta especie de escaso porte con hojas duras y lanceoladas de hasta un metro de largo, fructifica una vez cada tres años produciendo un único fruto fragante y dulce muy apreciado en la gastronomía.

**ORIGEN:** Es una fruta tropical originaria de América del sur, no se sabe con certeza el país donde se dio el origen, pero los estudios señalan a Brasil, Paraguay y Argentina; De ahí se propago principalmente al Amazonas, Venezuela y Perú para luego emigrar a Europa y Asia.

Con su forma distinta la piña es una fruta muy disfrutada en la gastronomía latina caribeña y ha sido el producto procedente de América Latina que más éxito y aceptación ha tenido en Europa.

## **BENEFICIOS:**

La bromelina es una enzima que estimula las secreciones que produce el páncreas, esta enzima reduce los problemas inflamatorios y la tumefacción, También descompone las proteínas, lo cual puede ayudar a asimilar algunos medicamentos más efectivos y rápidamente.

Los beneficios de la piña mediante la bromelina que posee son extensos, puede ser un gran recurso para tratar el asma debido a su acción antiinflamatoria, y por su capacidad de disolver la mucosa excesiva, puede proporcionar ayuda contra padecimientos como la neumonía, la sinusitis crónica y la bronquitis.

Mediante estudios realizados la bromelina ha inhibido el crecimiento de células tumorales: en el cáncer de mama la administración de dosis controladas durante la terapia para combatir los tumores ha proporcionado mucha ayuda.



**Imagen N°5:** Materia prima piña  
**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos  
**Fuente:** Investigación de campo

### **BANANO:**

El nombre científico *Musa x Paradisiaca*, los nombres comunes topocho, maduro, guineo, hacen referencia a un gran número de plantas herbáceas del género *musa*, tanto híbridos obtenidos horticulturalmente a partir de las especies silvestres, *Musa acuminata* y *Musa balbisiana* como cultivares genéticamente puros de estas especies.

**ORIGEN:** Sobre su origen se dice que el banano es una fruta más aceptada en Asia Meridional, en lugares como el mediterráneo donde da su primer comienzo como planta de cultivo masivo.

El origen exacto del banano no es completamente claro, se dice que es probable que sea oriundo de las húmedas regiones tropicales del sur de Asia, incluyendo el noreste de la India, Burma, Cambodia y partes de la China del sur, así como las islas mayores de Sumatra, Java, Borneo, Las Filipinas y Formosa, En estos lugares las variedades sin semillas del verdadero banano de consumo doméstico se encuentran en estado silvestre, aunque es probable se simplemente se hayan escapado de los cultivos.



## **BENEFICIOS:**

- El banano es un alimento más popular cuando se desea añadir potasio a la dieta, en un estudio realizado se descubrió que el potasio puede ayudar a controlar la presión arterial, los que consumían esta fruta tenían niveles de potasio más alto, tenían una presión arterial más saludable que la de los habitantes que no lo consumieron los cuales contaban con niveles de potasio más bajo.
- Otro beneficio del banano fortalece el sistema digestivo tanto el plátano maduro como el banano protegen al estómago del ácido y de las úlceras, el banano produce mucosidades que crean una barrera entre las paredes del estómago y el ácido gástrico.
- Es bueno para la salud del corazón dos bananos pequeños proveen la fibra que posee una tajada de pan integral, pero a diferencia del pan la fibra del banano es soluble, la fibra soluble que contienen las frutas y vegetales las cuales ayudan a bajar el colesterol.



**Imagen N°6:** Materia prima banano  
**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos  
**Fuente:** Investigación de campo

**Cuadro N°35: Proveedores**

<b>Fruta</b>	<b>Proveedor</b>	<b>Contacto</b>
Manzanas	Clara Villagómez	0984753684
Mangos	Laura Villagómez	0992568942
Duraznos	Clara Villagómez	0984753684
Piña	Onofre Villagómez	0994372899
Banano	Joaquín Villagómez	0992359875

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Investigación de campo

## **2.5 Calidad**

### ***2.5.1 Método de Control de Calidad***

#### **Características relevantes de la calidad**

- Aportan energía vital.
- Ofrecen una cantidad de dosis de micronutrientes.
- Ayudan a prevenir la anemia.
- Son excelentes antioxidantes.
- Son aptas para diabéticos.
- Son eficaces laxantes.

#### **Métodos de control de calidad**

##### **En la materia prima**

En la selección de la fruta se controla que esté en estado maduro y la fruta este sana.

##### **En el proceso**

Las temperaturas de los hornos deben ser controlados para que la fruta no salga con la humedad que la caracteriza o quemada.

### En el producto final

Revisar que el empaque este bien sellado para evitar contaminación del producto o que tenga contacto con el oxígeno.

Debe determinarse el peso, humedad, sulfitos residuales y contenido de microorganismos, los cuales deben apoyarse en los laboratorios que brindan los servicios.

La vida útil es seis meses en un lugar a temperatura ambiente, fresco, seco y protegido de la luz.

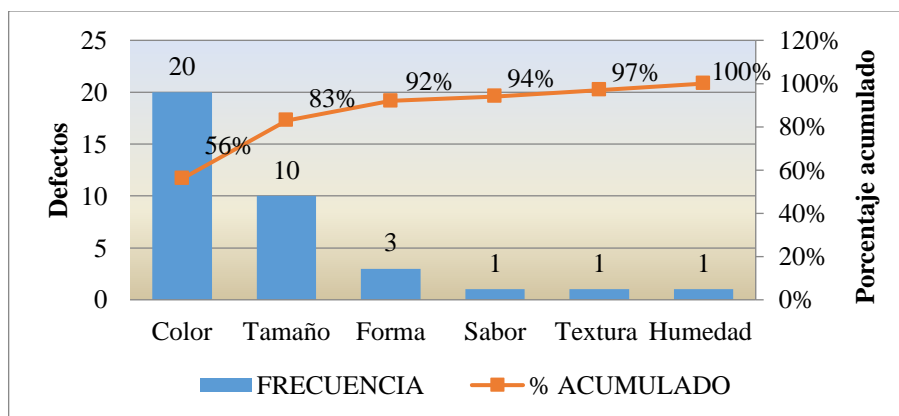
Con el objetivo de apoyar al control para optimizar la producción y reducir los posibles defectos o errores en de la fruta procesada se ha utilizado la herramienta del diagrama de Pareto a continuación descrita:

**Cuadro N°36:** Diagrama de pareto

DEFECTOS	CAUSA DE DEFECTOS	FRECUENCIA	N° DEFECTOS ACUMULADO	% DEL TOTAL	% ACUMULADO
Color	Fruta decolorada	20	20	56%	56%
Tamaño	Desproporcionada	10	30	28%	83%
Forma	No mantiene armonía	3	33	8%	92%
Sabor	Mal sabor	1	34	3%	94%
Textura	Fruta muy dura o muy esponjosa	1	35	3%	97%
Humedad	Elevado contenido o falta de humedad	1	36	3%	100%
<b>TOTAL</b>		<b>36</b>		100%	

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Investigación de campo



**Gráfico N°21:** Diagrama de Pareto  
**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos  
**Fuente:** Investigación de campo

### **Análisis:**

Los datos analizados indican que se debe tener más control para obtener productos con menos defectos en el color y tamaño adecuado de la fruta ya procesada y lista para su distribución, en este sentido, se observa que estos dos ítems acumulan el 33% de las causas de los defectos del 83% de los defectos encontrados, para lo cual se debe tomar medidas en función de corregir los defectos antes señalados.

## **2.6 Normas y Permisos que afectan su Instalación**

### **2.6.1 Seguridad e higiene ocupacional**

#### **NORMAS DE HIGIENE:**

- Mantener una limpieza personal y aplicar buenas prácticas higiénicas durante el procesamiento de la materia prima.
- Aplicar un lavado en las manos con agua y jabón, frotándolas cada vez que ingrese o salga de la planta.
- Limpiar las uñas, antes de iniciar su jornada de trabajo, y mantenerlas cortas, limpias y sin esmaltes.

- Eliminar el uso del maquillaje (pintura de labios y ojos) mientras se encuentren el área de proceso ya que se utilizan tapabocas, los cuales deben permanecer blancos y limpios.
- No ingerir alimentos, ni beber, ni escupir, ni masticar chicles dentro de los baños y planta en horas laborables.
- Mantener su ropa de trabajo limpia y utilizarla correctamente.
- Mantener el cabello recogido y cubierto totalmente con el gorro.
- Mantener el delantal limpio y usarlo correctamente para evitar contaminación de la persona y del alimento así como potenciales accidentes.
- Colocar el delantal en la zona destinada antes de ir al baño.
- Usar el tapaboca de manera correcta y permanente en el proceso.
- Mantener los guantes limpios, secos y en buen estado, para evitar enfermedades en las manos.
- Mantener una higiene adecuada con el uso de las botas.
- El Personal masculino debe tener el cabello corto, usar su gorra respectiva de la empresa y estar rasurado.

## **NORMAS DE SEGURIDAD**

- No fumar en las áreas internas ni externas de las instalaciones de la planta.
- Usar pantalones o monos largos debajo de la bata durante la jornada de trabajo.
- No usar prendas (anillos, relojes, cadenas) durante el proceso.
- No trabajar bajo efectos de bebidas alcohólicas, ni ingerirlas en las instalaciones de la empresa.
- Utilizar correctamente los implementos de seguridad.
- Cuidar los equipos y utensilios de trabajo. Así como las instalaciones de la empresa, esto en beneficio de todos.
- No lanzar papeles u otros desperdicios en los alrededores de la planta.

## **CAPÍTULO III**

### **ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN**

#### **3.1 Análisis Estratégico y Definición de Objetivos**

##### ***3.1.1 Visión de la Empresa***

En cinco años ser una empresa líder en la producción y comercialización de fruta deshidratada de alta calidad brindando a nuestros clientes la satisfacción y confianza de consumir productos saludables y nutritivos y que actúa con gran sentido de responsabilidad social y ambiental.

##### ***3.1.2 Misión de la Empresa***

Brindar a nuestros consumidores productos naturales procesados y de calidad, orientados hacia la excelencia en el servicio a nuestros clientes, encaminándonos hacia el crecimiento y al éxito empresarial.

##### ***3.1.3 Análisis FODA***

Esta herramienta de análisis situacional está en el capítulo I en el ítem 1.3.1 y 1.3.2

“Es una herramienta estratégica de análisis conocida la situación de la organización, es ofrecer un claro diagnóstico para poder tomar las decisiones estratégicas oportunas y mejorar en el futuro”, (Roberto, 2013). Esta permite identificar tanto las oportunidades como las amenazas que presentan el mercado, y las fortalezas y debilidades que muestran la organización.

**Cuadro N°37: Matriz FODA**

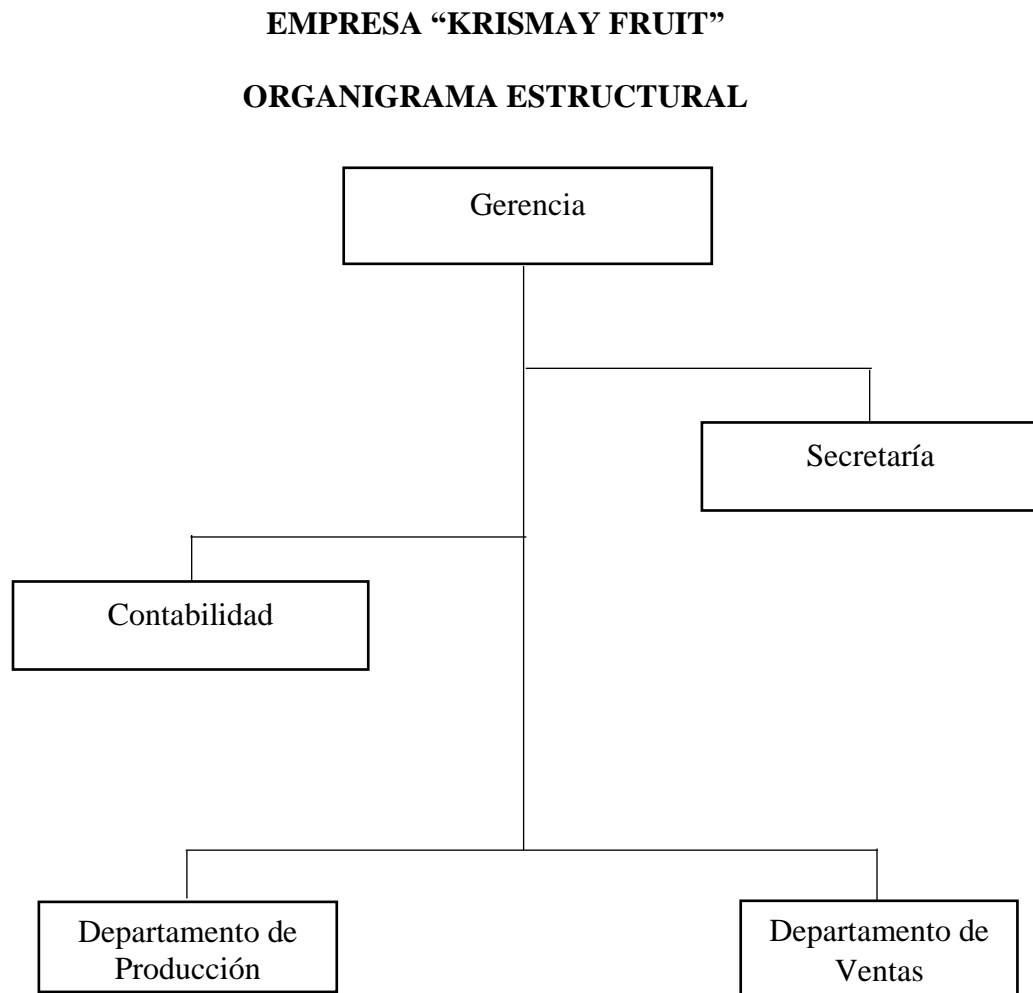
<b>MATRIZ FODA</b>		
	<b>Lista de fortalezas</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Calidad en la fabricación de nuestro producto.</li> <li>• Productos con precios altamente competitivos.</li> </ul>	<b>Lista de Debilidades</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• No tener experiencia en la elaboración del producto.</li> <li>• Falta de capital para invertir en la empresa.</li> <li>• No tener mucha variedad de frutas deshidratadas.</li> </ul>
<b>Lista de Oportunidades</b>	<b>FO (Maxi-Maxi)</b>	<b>DO (Mini-Maxi)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tendencia mundial del consumo de alimentos saludables.</li> <li>• Convenios con otros mercados.</li> <li>• Competitividad en precios.</li> <li>• Accesibilidad a nuevos mercados.</li> <li>• Dar a conocer el producto a futuros inversionistas</li> </ul>	Estrategia para maximizar tanto las F como las O	Estrategias para minimizar las D y maximizar las O
		2. Mantener un buen sistema de información de clientes
<b>Lista de Amenazas</b>	<b>FA (Maxi-Mini)</b>	<b>DA ( Mini-Mini)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Competencia desmesurada.</li> <li>• Falta de la materia prima.</li> <li>• Posible saturación del producto.</li> <li>• Paradigmas en la mente de los consumidores sobre los productos procesados.</li> </ul>	Estrategia para maximizar las Fortalezas y minimizar las amenazas.	Estrategia para minimizar tanto las A como las D. 1. Asegurar la provisión de materia prima mediante acuerdos de exclusividad con los productores

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Investigación de campo

### 3.2 Organización funcional de la empresa

#### 3.2.1 Realizar un organigrama de la empresa para definir la organización interna



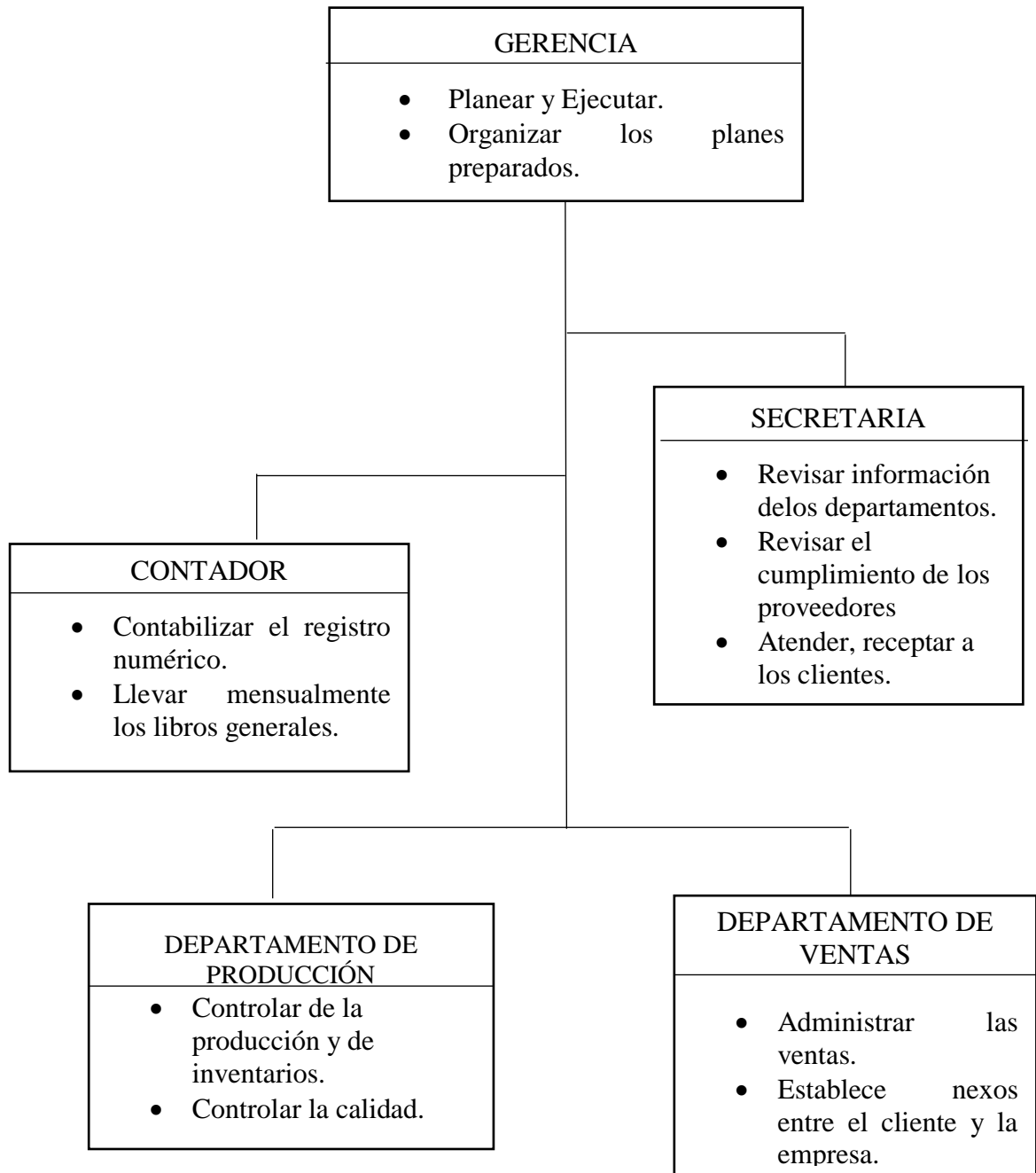
Cuadro de referencias		
Autoridad		Elaborado por: Gerente Fecha: Diciembre 2016
Relación de mando		

**Gráfico N°22:** Organigrama Estructural  
**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos  
**Fuente:** Investigación de campo



## EMPRESA “KRISMAY FRUIT”

### ORGANIGRAMA FUNCIONAL

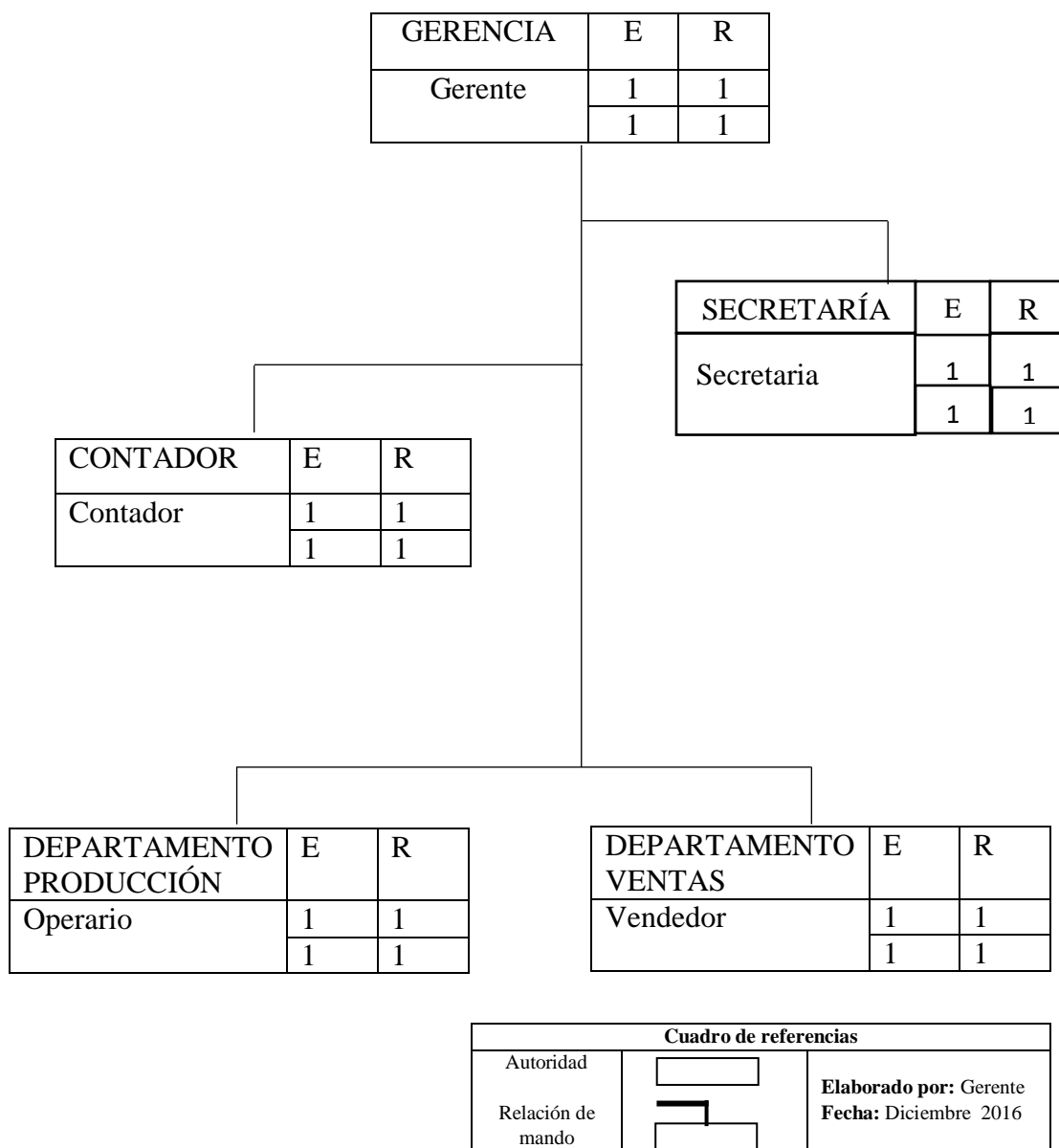


Cuadro de referencias		
Autoridad		<b>Elaborado por:</b> Gerente <b>Fecha:</b> Diciembre 2016
Relación de mando		

**Gráfico N°23:** Organigrama Funcional  
**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos  
**Fuente:** Investigación de campo

## EMPRESA “KRISMAY FRUIT”

### ORGANIGRAMA DE PUESTOS Y PLAZAS



**Gráfico N°24:** Organigrama de puestos y plazas  
**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos  
**Fuente:** Investigación de campo

### 3.2.2 Descripción breve de los cargos del organigrama

**Cuadro N°38:** Descripción del cargo gerente

<b>I. INFORMACIÓN BÁSICA:</b>	
<b>PUESTO</b>	Gerente
<b>JEFE INMEDIATO SUPERIOR</b>	Ninguno
<b>SUPERVISA A</b>	Jefaturas departamentales
<b>II. NATURALEZA DEL PUESTO:</b>	
Es la persona quien va a estar frente a la empresa, quien se encargará del buen funcionamiento de la misma.	
<b>III. FUNCIONES:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planear y ejecuta una vez los objetivos han sido determinados.</li> <li>• Organizar para llevar a la práctica los planes preparados.</li> <li>• Controlar cualitativa y cuantitativamente en función a la ejecución de los patrones con los cuales vamos a determinar si es necesario tomar acción correctiva dentro de las normas establecidas dentro de la empresa.</li> <li>• Autorizar las compras de la empresa.</li> <li>• Autorizar todo cheque expedido.</li> <li>• Realizar estrategias para el cumplimiento de las metas.</li> <li>• Analizar los informes de las diferentes áreas.</li> <li>• Coordinar la programación de actividades.</li> <li>• Constituir legalmente a la empresa.</li> <li>• Elaborar informes de su gestión.</li> <li>• Asistir a reuniones o charlas en diferentes instituciones con el fin de conocer los reglamentos y políticas con relación a la producción de mermeladas.</li> </ul>	
<b>IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:</b>	
<b>TITULO PROFESIONAL</b>	Administración de Empresas y Afines
<b>EXPERIENCIA</b>	2 Años
<b>HABILIDADES</b>	Proactivo- Negociador- Creativo
<b>FORMACIÓN</b>	Tributación- Manejo de Software- Office

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Investigación de campo

**Cuadro N°39:** Descripción del cargo secretaria

<b>I. INFORMACIÓN BÁSICA:</b>	
<b>PUESTO</b>	Secretaria
<b>JEFE INMEDIATO SUPERIOR</b>	Gerente
<b>SUPERVISA A</b>	Ninguno
<b>II. NATURALEZA DEL PUESTO:</b>	
Es responsable de las operaciones diarias de la oficina, tiene que tener una buena predisposición y actitud con los clientes.	
<b>III. FUNCIONES:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asistir al Gerente (recepción telefónica, agendas, registros de clientes y proveedores)</li> <li>• Recibir e informar los asuntos relacionados con los departamentos correspondientes y lo solicitado dentro de sus atribuciones y responsabilidades.</li> <li>• Atender al público para dar información y concertar entrevistas, responder por los documentos a su cargo.</li> <li>• Participar activamente en la organización de eventos, reuniones y programas sociales relacionados con su cargo, para el mejoramiento de su actividad y ejecución del trabajo.</li> <li>• Mantener actualizada la cartelera de las instalaciones administrativas, mediante publicaciones de memorandos, circulares o cualquier comunicación que se desee hacer conocer por este medio.</li> </ul>	
<b>IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:</b>	
<b>TÍTULO PROFESIONAL</b>	Bachiller o con Estudio Superior
<b>EXPERIENCIA</b>	1 Año
<b>HABILIDADES</b>	Proactiva - Creativa
<b>FORMACIÓN</b>	Manejo de Software

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Investigación de campo

**Cuadro N°40:** Descripción del cargo del contador

<b>I. INFORMACIÓN BÁSICA:</b>	
<b>PUESTO</b>	Contador
<b>JEFE INMEDIATO SUPERIOR</b>	Gerente
<b>SUPERVISA A</b>	La contabilidad de la empresa
<b>II. NATURALEZA DEL PUESTO:</b>	
El contador realiza los estados financieros de la empresa dentro de los cuales va a registrar las transacciones financieras (asientos contables), Realiza informes periódicos de los estados financieros.	
<b>III. FUNCIONES:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contabilizar el registro numérico de cada una de las transacciones.</li> <li>• Verificar y registrar en el sistema las facturas recibidas.</li> <li>• Realizar el cálculo de las planillas de retención de impuestos.</li> <li>• Llevar mensualmente los libros generales.</li> <li>• Verificar la grabación e impresión diaria de la plantilla de ingresos, comprobantes de egreso y notas de contabilidad.</li> <li>• Archivar diariamente la documentación contable.</li> <li>• Llevar manualmente el libro de bancos, retención den la fuente y libro de personal.</li> </ul>	
<b>IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:</b>	
<b>TÍTULO PROFESIONAL</b>	Contador CPA
<b>EXPERIENCIA</b>	3 Años
<b>HABILIDADES</b>	Habilidades numéricas – Razonamiento lógico – Toma de decisiones.
<b>FORMACIÓN</b>	Contabilidad

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Investigación de campo

**Cuadro N°41:** Descripción del cargo operarios

<b>I. INFORMACIÓN BÁSICA:</b>	
<b>PUESTO</b>	Operario
<b>JEFE INMEDIATO SUPERIOR</b>	Gerente
<b>SUPERVISA A</b>	Ninguno
<b>II. NATURALEZA DEL PUESTO:</b>	
Realizar el respectivo proceso productivo de la fruta deshidratada mediante sus respectivas áreas dentro de la empresa.	
<b>III. FUNCIONES:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantener lo necesario para el procesamiento de la fruta.</li> <li>• Ser responsable de planificar, organizar, dirigir y controlar todo el proceso productivo desde que la materia prima llega recepción hasta la transformación en producto terminado que es la fruta deshidratada.</li> <li>• Garantizar el buen estado físico de la mercadería a recibir y a despachar.</li> <li>• Administrar de manera adecuada los materiales, insumos, equipos y herramientas de trabajo.</li> <li>• Realizar la limpieza de las áreas asignadas.</li> <li>•</li> </ul>	
<b>IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:</b>	
<b>TÍTULO PROFESIONAL</b>	Mínimo Bachiller
<b>EXPERIENCIA</b>	1 Año
<b>HABILIDADES</b>	Proactivo
<b>FORMACIÓN</b>	Manejo de máquinas

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Investigación de campo

**Cuadro N°42:** Descripción del cargo vendedor

<b>I. INFORMACIÓN BÁSICA:</b>	
<b>PUESTO</b>	Vendedor
<b>JEFE INMEDIATO SUPERIOR</b>	Gerente
<b>SUPERVISA A</b>	Jefatura de Ventas
<b>II. NATURALEZA DEL PUESTO:</b>	
La tarea del vendedor que le corresponde realizar no consiste solo en brindar un buen servicio al cliente, debe realizar un conjunto de actividades que le permita lograr determinados objetivos como retener a los clientes actuales y captar nuevos clientes.	
<b>III. FUNCIONES:</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Establecer un nexo entre el cliente y la empresa.</li><li>• Contribuir activamente a la solución de problemas con el cliente y los objetivos empresariales en ventas.</li><li>• Administrar su territorio de ventas.</li><li>• Captar la atención, y despertar el interés del cliente.</li><li>• Lograr los objetivos propuestos por la empresa.</li><li>• Colaborar a los compañeros de trabajo.</li><li>• Cumplir con las políticas y normas de la empresa.</li><li>• Cumplir con los compromisos contraídos con los clientes.</li><li>• Mantener una buena imagen tanto al interior de la empresa como en el mercado.</li><li>• Desempeñar adecuadamente sus funciones.</li></ul>	
<b>IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:</b>	
<b>TITULO PROFESIONAL</b>	Bachiller o Tercer nivel
<b>EXPERIENCIA</b>	4 Años
<b>HABILIDADES</b>	Creativo – Alegre – Hábil - Negociador
<b>FORMACIÓN</b>	Tener conocimiento en técnicas de ventas

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Investigación de campo

### 3.3 Control de gestión

#### 3.3.1 Listado de los indicadores de gestión necesarios

**Cuadro N°43:** Indicadores de gestión

ÁREA	INDICADORES
<b>GERENCIA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificación.</li> <li>• Direccional.</li> <li>• Controlar el desempeño.</li> <li>• Eficiencia presupuestal del período.</li> </ul>
ÁREA	INDICADORES
<b>SECRETARÍA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar cálculos elementales.</li> <li>• Informa lo relativo al cumplimiento.</li> <li>• Pendiente de la tramitación de expedientes.</li> <li>• Supervisa documentos de confidencialidad.</li> </ul>
ÁREA	INDICADORES
<b>CONTADOR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Registro de impuestos.</li> <li>• Libros de contabilidad.</li> <li>• Planificación fiscal.</li> <li>• Recopilar todos los registros para luego mostrar la eficacia de la empresa o todo lo contrario.</li> </ul>
ÁREA	INDICADORES
<b>OPERARIO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejora la rentabilidad.</li> <li>• Logro de resultados.</li> <li>• Capacidad abastecida de producto.</li> <li>• Satisfacción del producto en el mercado.</li> </ul>
ÁREA	INDICADORES
<b>VENTAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ventas totales.</li> <li>• Porcentaje de ahorros en costos de fabricación.</li> <li>• Tiempo de ciclo de fabricación.</li> <li>• Presupuesto para muestras.</li> </ul>

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Investigación de campo



### **3.4 Necesidades del personal**

De acuerdo al personal y al tiempo estimado del estudio del proyecto, que son cinco años, inicialmente se tendrá 6 personas laborando en el área de producción de la empresa; para el 2017 continuaremos con las 6 personas según las necesidades de producción; en el año 2018 se tiene previsto el ingreso de una persona más con el fin de apoyar el cumplimiento de los objetivos de crecimiento; para el año 2019 nos seguiremos manteniendo con el mismo personal; mientras que para el año 2020 se contratará dos personas más para apoyar y alcanzar un mejor posicionamiento empresarial.

## **CAPÍTULO IV**

### **ÁREA JURÍDICO LEGAL**

#### **4.1 Determinación de la forma jurídica**

Las formas jurídicas que se establecen, definen qué tipo de organización se pretende formar en correspondencias a las características de la EMPRESA “KRISMAY FRUIT”, se perfila como una pequeña empresa para la que se debe tener en cuenta este principio.

Es fundamental en el desarrollo de una organización el cómo asociarse para que el proceso marche de forma satisfactoria, de ello depende la posibilidad de éxito. Aspecto relevante en la apertura y desarrollo de un negocio.

Dentro de las formas más comunes se encuentran:

- Autónomo
- Sociedad Civil
- Comunidad de Bienes
- Sociedad Limitada
- Sociedad Limitada Nueva Empresa
- Sociedad Anónima
- Sociedad Limitada Laboral
- Sociedad Anónima Laboral
- Cooperativa

Existen requerimientos a tener en cuenta para definir cuál será la forma jurídica a asumir por una nueva organización y son los siguientes:

- Tipo de actividad que se va a desarrollar,

- Número de personas que intervienen,
- Necesidades de recursos financieros, materiales y humanos,
- Forma de participación de los inversionistas.

Para la EMPRESA KRISMAY FRUIT, se propone una forma jurídica autónoma. Se definen los siguientes pasos, establecidos en: Ley de Compañías, El Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones, Ley de Beneficios Tributarios para Nuevas Inversiones Productivas, Generación de Empleo y Prestación de Servicios.

Con carácter general deben seguirse los siguientes pasos para constituir la empresa:

- Debe decidir qué tipo de compañía se va a constituir.
- Escoger el nombre de su empresa.
- Reservar el nombre de su compañía en la Superintendencia de Compañías.
- Abrir la cuenta de integración de capital en la institución bancaria de su elección (el monto mínimo para Cía. Ltda. es 400 dólares).
- Contrato o acto constitutivo y estatutos de la compañía que se trate, y elevar a escritura pública la constitución de la compañía (se puede realizar en cualquier notaría).
- Presentar en la Superintendencia de Compañías, la papeleta de la cuenta de integración del capital y 3 copias de la escritura pública con oficio del abogado.
- Retirar resolución aprobatoria u oficio con correcciones a realizar en la Superintendencia de Compañías luego de esperar el tiempo establecido (48 horas).
- Publicar en un periódico de amplia circulación, los datos indicados por la Superintendencia de Compañías y adquirir 3 ejemplares del mismo.
- Marginar las resoluciones para el Registro Mercantil en la misma notaría donde se elevó a escritura pública la constitución de la empresa.

- Designar representante Legal y el administrador de la empresa, e inscribir en el Registro Mercantil el nombramiento de ellos.
- Presentar en la Superintendencia de Compañías los documentos: Escritura inscrita en el registro civil, un ejemplar del periódico donde se publicó la creación de la empresa, copia de los nombramientos del representante legal y administrador, copia de la Cédula de Identidad de los mismos, formulario de RUC (Registro Único de Contribuyentes) cumplimentado y firmado por el representante.
- Esperar a que la Superintendencia, una vez revisados los documentos le entregue el formulario del RUC, el cumplimiento de obligaciones y existencia legal, datos generales, nómina de accionistas y oficio al banco.
- Entregar en el Servicio de Rentas Internas (SRI), toda la documentación anteriormente recibida de la Superintendencia de Compañías, para la obtención del RUC.
- Así mismo, el empleador debe registrarse en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) aportando copia de RUC, copia de C.I., y papeleta de representante legal, copia de nombramiento del mismo, copia de contratos de trabajo legalizados en el Ministerio de Relaciones Laborales y copia de último pago de agua, luz o teléfono y afiliarse a sus trabajadores.
- Se debe obtener el permiso de funcionamiento emitido por el Municipio del domicilio, así como el permiso del Cuerpo de Bomberos.

## **4.2 Patentes y marcas**

Siempre que se pretende producir un bien o servicio, es necesario asegurar la producción y comercialización de este. El proteger el producto va hacia poder comercializarlo sin perjuicio para la propia entidad y para terceros. En el Ecuador, el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (EPI), es el organismo encargado de patentizar y registrar las patentes o marcas de fábricas, en el registro de la propiedad industrial.

Los pasos establecidos para ello son:

Estudio de Factibilidad de Marca: Es importante que se determine si existen otras marcas ya establecidas que sean similares a la que se pretende registrar, con el objetivo de verificar que no exista otra similar.

Solicitud de Registro: Ya definida la marca, es necesario que se presente ante la Oficina de Marcas Ecuatorianas, la Solicitud de Registro de la marca.

#### **4.3 Detalle de todo tipo de licencias necesarias para funcionar y documentos legales (patentes inicio de actividades, etc.)**

En el proceso de producción y comercialización de un producto se requiere de una serie de licencias y cumplimiento de normativas a diferentes instancias, imprescindibles para ello.

Es requerimiento para la producción y comercialización de frutas deshidratadas, contar con los siguientes requisitos y normas legales:

Registro Sanitario: es importante que se cuente con el registro sanitario que certifica las condiciones del producto, apto para su comercialización y consumo.

Para ello se debe:

- Inscribir a través de solicitud dirigida al Director General de Salud.
- Contar con el Permiso de funcionamiento actualizado y otorgado por la Dirección Provincial de Salud.
- Tener el certificado técnico de condiciones apropiadas para la elaboración del producto por parte de la autoridad de salud competente.
- Contar con la información técnica en correspondencia a los requisitos del producto a elaborar.
- Tener establecido la composición de la materia prima a utilizar por cada unidad a producir.

- Contar con la certificación de análisis del control de la calidad del producto, establecidos por las instituciones competentes para ello.
- Especificar la composición del envase donde se comercializará el producto, ya que este es adquirido de un proveedor.
- Definición del rótulo que se utilizará el local.
- Presentar la documentación que justifiquen la puesta en marcha del proceso productivo, así como la documentación legal que respalda la constitución y representación legal de la organización.
- Presentar las muestras del producto acabado con el objetivo de poder evaluar si este reúne las características especificadas
- Permiso de funcionamiento del Ministerio de Salud Pública, dicho documento se obtiene en la Dirección Provincial de Salud, requiere de los requisitos:
- Formulario de solicitud adjuntando a ella los siguientes documentos:  
Copia del RUC, según el tipo de organización y actividad que desarrolla.  
Copia de cédula de ciudadanía del representante legal.
- Documento que acredite la personalidad jurídica, si procede.
- Certificación que acredite al responsable de higiene y salud de la organización.
- Plano del establecimiento con ruta de evacuación.
- Croquis de ubicación del establecimiento. Permiso que extiende el cuerpo de bomberos.

## **CAPÍTULO V**

### **ÁREA FINANCIERA**

#### **5.1 Plan de Inversiones**

Una vez determinado y en conocimiento de que existe un mercado potencial atractivo; del lugar óptimo para la localización del proyecto y el tamaño más adecuado para este último, de acuerdo con las restricciones del medio; se conoce el proceso de producción, así como todos los costos en los que se incurrirá en la etapa productiva; se ha calculado la inversión necesaria para llevar a cabo el proyecto. Una vez proyectadas las utilidades probables del proyecto durante los primeros cinco años de operación, en los siguientes puntos se demostrará que la inversión propuesta será económicamente rentable. Por otra parte, se sabe que el dinero disminuye su valor real con el paso del tiempo, y a una tasa aproximadamente igual al nivel de inflación vigente. Esto implica que el método de análisis empleado deberá tomar en cuenta este cambio de valor real del dinero a través del tiempo.

“Es un modelo sistemático al cual se consignan los proyectos o actividades que buscan cumplir con un fin determinado, bajo un presupuesto asignado.”  
(Husenman, 2007)

Las inversiones comprenden todos los requerimientos de dinero necesario para poner en marcha el proyecto planteado, distribuido en activos fijos, activos intangibles y capital de trabajo, representados en la siguiente tabla:

**Cuadro N°44: Plan de Inversiones del Proyecto**

<b>Cant</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Descripción</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
		<b>LOCAL</b>		<b>\$ 12.200,00</b>
12	meses	Arriendo local de instalación de la empresa	\$ 1.000,00	\$ 12.000,00
1	Und	Instalaciones y remodelación de la planta de producción	\$ 200,00	\$ 200,00
		<b>MUEBLES Y ENSERES</b>		<b>\$ 1.311,90</b>
3	Und	Escritorios Delta	\$ 200,00	\$ 600,00
5	Und	Sillas Contempo	\$ 75,00	\$ 375,00
3	Und	Sillas de espera	\$ 42,30	\$ 126,90
3	Und	Archivadores	\$ 70,00	\$ 210,00
		<b>MAQUINARIA, EQUIPO Y UTENSILIOS</b>		<b>\$ 11.860,00</b>
2	Und	Horno deshidratador	\$ 5.000,00	\$ 10.000,00
1	Und	Empacadora	\$ 1.225,00	\$ 1.225,00
1	Und	Balanza	\$ 65,00	\$ 65,00
1	Und	Mesa de acero inoxidable	\$ 200,00	\$ 200,00
2	Und	Basureros	\$ 10,00	\$ 20,00
6	Und	Cuchillos de acero inoxidable	\$ 20,00	\$ 120,00
2	Und	Afilador de cuchillos	\$ 15,00	\$ 30,00
6	Und	Cucharas	\$ 15,00	\$ 90,00
1	Und	Cilindro de gas metálico de acero	\$ 50,00	\$ 50,00
6	Und	Espátulas	\$ 10,00	\$ 60,00
		<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>		<b>\$ 2.145,00</b>
3	Und	Computadora marca intel	\$ 520,00	\$ 1.560,00
3	Und	Impresora Epson	\$ 195,00	\$ 585,00
3	Und	Teléfonos	\$ 54,00	\$ 162,00
		<b>COSTOS DE CONSTITUCIÓN</b>		<b>\$ 350,00</b>
1	Und	Permisos d funcionamiento de la empresa	\$ 350,00	\$ 350,00
		<b>TOTAL</b>		<b>\$ 27.866,90</b>

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Estudio financiero

### **Análisis:**

En el cuadro del plan de inversiones se obtiene un total de \$ 27.866,90, los cuales están basados en local arriendo del local por un año las remodelaciones e instalaciones del mismo, además, el rubro muebles y enseres, maquinaria equipos y utensilios, equipos de cómputo y los costos de constitución.

### **5.2 Plan de Financiamiento**

El Capital de Trabajo es el dinero necesario para que la actividad productiva pueda desarrollarse de manera adecuada, con el que debe contar la empresa hasta



completar el ciclo de ingreso de nuevos recursos por las ventas programadas en los plazos establecidos.

**Cuadro N°45: Capital de trabajo**

N° CUENTAS	DESCRIPCIÓN	TOTAL (USD)
1	Local	\$ 12.200,00
2	Muebles y enseres	\$ 1.311,90
3	Maquinaria y equipo	\$ 11.860,00
4	Equipo de computación	\$ 2.145,00
5	Costos de constitución	\$ 350,00
	<b>TOTAL</b>	<b>\$ 27.866,90</b>

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Estudio financiero

#### **Análisis:**

En este sentido, se ha determinado un capital de trabajo para poder cubrir todos los egresos de dinero para el período de un mes por el valor de US\$ 27.866,90.

#### **a) Forma de financiamiento**

**Cuadro N°46: Plan de financiamiento**

DESCRIPCIÓN	TOTAL(USD)	PARCIAL (%)	TOTAL (%)
<b>Recursos propios</b>			<b>30%</b>
Efectivo	\$ 5.573,38	<b>20%</b>	
Bienes	\$ 2.786,69	<b>10%</b>	
<b>Recurso de terceros</b>			<b>70%</b>
Préstamo bancario	\$ 19.506,83	<b>70%</b>	
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 27.866,90</b>		<b>100%</b>

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Estudio financiero

#### **Análisis:**

Para poner en marcha el presente proyecto se tiene previsto financiarse aproximadamente con el 30 % de recursos propios con que cuenta la empresa, y el 70% se destina a la prestación de un préstamo en la CFN, debido a la baja tasa de interés y el apoyo que presta el estado para este tipo de emprendimientos, (ver tabla de amortización anexo 2).

### 5.3 Cálculo de Costos y Gastos

#### a) Detalle de Costos

Los costos fijos y variables en los que se incurrirá para la producción y comercialización de las frutas deshidratadas comprenden costos necesarios para la producción de la fruta deshidratada. Cabe indicar que los beneficios de ley correspondiente a pagos al personal se incluyen en los valores indicados, especificados en el siguiente cuadro:

**Cuadro N°47:** Detalle de costos

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL REQUERIDA	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
<b>MATERIA PRIMA DIRECTA</b>				<b>3.517,50</b>	<b>42.210,00</b>
Manzana	Kg	875,00	1,21	1.058,75	12.705,00
Mango	Kg	875,00	1,30	1.137,50	13.650,00
Durazno	Kg	700,00	1,25	875,00	10.500,00
Piña	Kg	525,00	0,50	262,50	3.150,00
Plátano	Kg	525,00	0,35	183,75	2.205,00
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>				<b>2.999,56</b>	<b>35.994,72</b>
Operarios	Und	6	499,93	2.999,56	35.994,72
<b>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN</b>				<b>271,83</b>	<b>3.262,00</b>
<b>Materia prima indirecta</b>				<b>128,00</b>	<b>1.536,00</b>
Empaque polipropileno	Und	3200	0,03	96,00	1.152,00
Etiquetas	Und	3200	0,01	32,00	384,00
<b>Depreciaciones</b>				<b>98,83</b>	<b>1.186,00</b>
Maquinaria y equipo	Diario	30	3,29	98,83	1.186,00
<b>Servicios Básicos</b>				<b>45,00</b>	<b>540,00</b>
Agua Potable	cm3 diario	40	0,63	25,00	300,00
Luz Eléctrica	kw/día	50	0,40	20,00	240,00
<b>TOTAL</b>			<b>508,90</b>	<b>6.788,89</b>	<b>81.466,72</b>

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Estudio financiero

#### **Análisis:**

Con el resultado del detalle de costos donde interviene la materia prima directa, mano de obra directa, y los costos indirectos de fabricación, se obtuvo un total de \$6.788,89 costos mensuales, y \$81.466,72 costos anuales.

b) Proyección de Costos

**Cuadro N°48:** Proyección de costos

DESCRIPCIÓN	COSTO	COSTOS		TOTAL AÑO 1	COSTOS		TOTAL AÑO 2
	MENSUAL	FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB	
MATERIA PRIMA DIRECTA	3.517,50		42.210,00	42.210,00		42.876,92	42.876,92
MANO DE OBRA DIRECTA	3.999,56	35.994,72		35.994,72	35.994,72		35.994,72
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	271,83	3.262,00		3.262,00	3.262,00		3.262,00
<b>TOTALES</b>	<b>6.788,89</b>	<b>39.256,72</b>	<b>42.210,00</b>	<b>81.446,72</b>	<b>39.256,72</b>	<b>42.876,92</b>	<b>82.133,64</b>

COSTOS		TOTAL AÑO 3	COSTOS		TOTAL AÑO 4	COSTOS		TOTAL AÑO 5
FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB	
	43.554,37	43.554,37		44.242,53	44.242,53		44.941,56	44.941,56
35.994,72		35.994,72	35.994,72		35.994,72	35.994,72		35.994,72
3.262,00		3.262,00	3.262,00		3.262,00	3.262,00		3.262,00
<b>39.256,72</b>	<b>43.554,37</b>	<b>82.811,09</b>	<b>39.256,72</b>	<b>44.242,53</b>	<b>83.499,25</b>	<b>39.256,72</b>	<b>44.941,56</b>	<b>84.198,28</b>

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Estudio financiero

**Análisis:**

Utilizando la tasa de inflación del mes de julio del 2016 según del Banco Central del Ecuador (1.58%), para la proyección de los costos variables para la empresa, y sumando los costos fijos, se obtuvo un total de \$81.446,72 para el primer año y para el último año proyectado será de 84.198,28 dólares.

### c) Detalle de Gastos

Este tipo de gastos contribuyen a realizar la función de administración en la empresa, dentro de estos se encuentran los sueldos del gerente o director general y de los contadores, auxiliares, secretarias, así como los gastos de oficina en general. Esto implica que fuera de las otras dos grandes áreas de una empresa, que son producción y ventas, los gastos de todos las demás departamentos o áreas que pudieran existir en una empresa se cargarán a administración y costos generales. También deben incluirse los correspondientes cargos por depreciación y amortización.

**Cuadro N°49: Gastos administrativos**

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	FRECUENCIA DE COMPRA	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
<b>MANO DE OBRA</b>				<b>1.672,73</b>	<b>20.072,72</b>
Sueldo Gerente	Usd	500,00	160 hrs	648,17	7.778,00
Sueldo Secretaria	Usd	380,00	160 hrs	499,93	5.999,12
Sueldo contador	Usd	400,00	160 hrs	524,63	6.295,60
<b>SUMINISTROS OFICINA</b>				<b>8,70</b>	<b>104,40</b>
Papel Bond (resma)	resma	2,90	1,00	2,90	34,80
Grapadora	unidad	1,50	1,00	1,50	18,00
Perforadora	unidad	2,00	1,00	2,00	24,00
Esferos	unidad	0,30	5,00	1,50	18,00
Grapas	caja	0,80	1,00	0,80	9,60
<b>SUMINISTROS DE LIMPIEZA</b>				<b>6,64</b>	<b>79,68</b>
Escobas	unidad	1,00	1,00	1,00	12,00
Trapeador	unidad	1,50	1,00	1,50	18,00
Desinfectante	galón	2,50	1,00	2,50	30,00
Papel higiénico	unidad	0,16	4,00	0,64	7,68
Jabón de Tocador	unidad	1,00	1,00	1,00	12,00
<b>SERVICIOS BÁSICOS</b>				<b>24,00</b>	<b>288,00</b>
Agua Potable	mensual			4,00	48,00
Teléfono	mensual			15,00	180,00
Energía Eléctrica	mensual			5,00	60,00
<b>DEPRECIACIONES</b>				<b>69,92</b>	<b>839,04</b>
MUEBLES Y ENSERES	diario	30	0,36	10,93	131,19
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	diario	30	1,97	58,99	707,85
<b>TOTAL</b>				<b>1.781,99</b>	<b>21.383,84</b>

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Estudio financiero

**Gastos de ventas:** Vender significa hacer llegar el producto al intermediario o consumidor, además, implica una actividad mucho más amplia, como, la investigación y el desarrollo de nuevos mercados o de nuevos productos adaptados a los gustos y necesidades de los consumidores; en el estudio de la estratificación del mercado; las adecuaciones de publicidad que realiza la empresa; la tendencia de las ventas, etc.

**Cuadro N°50:** Gastos de ventas

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	FRECUENCIA DE COMPRA	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Sueldo Vendedor	Usd	400,00	160,00	524,63	6.295,60
Sitio Web	Und	150,00	1,00	150,00	150,00
Publicidad en la radio Ecos Rumiñahui	Cuñas	1,85	120,00	222,00	1.332,00
<b>TOTAL</b>				<b>896,63</b>	<b>7.777,60</b>

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Estudio financiero

**Gastos financieros:** Son intereses que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamo. Algunas veces estos costos se incluyen en los generales y de administración, pero lo correcto es registrarlos por separado, ya que un capital prestado puede tener usos muy diversos y no hay por qué cargarlo a un área específica. La ley tributaria permite cargar estos intereses como gastos deducibles de impuestos.

**Cuadro N°51:** Gastos financieros

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	FRECUENCIA DE COMPRA	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Pago préstamo interés	Unidad		12,00	122,17	1.466,06
<b>TOTAL</b>				<b>122,17</b>	<b>1.466,06</b>
<b>TOTAL DE GASTOS</b>				<b>2.800,79</b>	<b>30.627,50</b>

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Estudio financiero

### **Análisis:**

De acuerdo al resultado del detalle de los gastos para la empresa se tendrá \$1.781,99 mensuales, y de \$21.383,84 anuales, de gastos administrativos, de

\$896,63 mensuales de gastos de ventas y de \$7.777,60 anuales, también se estudió los gastos financieros tomando en cuenta el pago del préstamo en intereses dando un total de \$122,17 mensuales y 1.466,06 dólares anuales. Entonces el total de los gastos en general serán de 2.800,79 mensuales y 30.627,50 anuales.

**d) Proyección de Gastos**

**Cuadro N°52: Proyección de gastos administrativos**

DESCRIPCIÓN	GASTO	GASTO		TOTAL	GASTO		TOTAL
	MENSUAL	FIJOS	VARIAB	AÑO 1	FIJOS	VARIAB	AÑO 2
Mano de obra	1.672,73	20.072,72		20.072,72	20.072,72		20.072,72
Suministros oficina	8,70		104,40	104,40		106,05	106,05
Suministros de limpieza	6,64		79,68	79,68		80,94	80,94
Servicios básicos	24,00	288,00		288,00	288,00		288,00
depreciaciones	69,92	839,04		839,04	839,04		839,04
<b>TOTALES</b>	<b>1.781,99</b>	<b>21.199,76</b>	<b>184,08</b>	<b>21.383,84</b>	<b>21.199,76</b>	<b>186,99</b>	<b>21.386,75</b>

GASTO		TOTAL	GASTO		TOTAL	GASTO		TOTAL
FIJOS	VARIAB	AÑO 3	FIJOS	VARIAB	AÑO 4	FIJOS	VARIAB	AÑO 5
20.072,72		20.072,72	20.072,72		20.072,72	20.072,72		20.072,72
	107,73	107,73		109,43	109,43		111,16	111,16
	82,22	82,22		83,52	83,52		84,84	84,84
288,00		288,00	288,00		288,00	288,00		288,00
839,04		839,04	839,04		839,04	839,04		839,04
<b>21.199,76</b>	<b>189,94</b>	<b>21.389,70</b>	<b>21.199,76</b>	<b>192,94</b>	<b>21.392,70</b>	<b>21.199,76</b>	<b>195,99</b>	<b>21.395,75</b>

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Estudio financiero

**Cuadro N°53: Proyección de gastos de ventas**

DESCRIPCIÓN	GASTO	GASTO		TOTAL	GASTO		TOTAL
	MENSUAL	FIJOS	VARIAB	AÑO 1	FIJOS	VARIAB	AÑO 2
Sueldo a vendedor	524,63	6.295,60		6.295,60	6.295,60		6.295,60
Sitio Web	150,00		150,00	150,00			
Publicidad en la radio Ecos Rumiñahui	222,00		1.332,00	1.332,00		1.353,05	1.353,05
<b>TOTALES</b>	<b>896,63</b>	<b>6.295,60</b>	<b>1.482,00</b>	<b>7.777,60</b>	<b>6.295,60</b>	<b>1.353,05</b>	<b>7.648,65</b>

GASTO		TOTAL	GASTO		TOTAL	GASTO		TOTAL
FIJOS	VARIAB	AÑO 3	FIJOS	VARIAB	AÑO 4	FIJOS	VARIAB	AÑO 5
6.295,60		6.295,60	6.295,60		6.295,60	6.295,60		6.295,60
	1.374,42	1.374,42		1.396,14	1.396,14		1.418,20	1.418,20
<b>6.295,60</b>	<b>1.374,42</b>	<b>7.670,02</b>	<b>6.295,60</b>	<b>1.396,14</b>	<b>7.691,74</b>	<b>6.295,60</b>	<b>1.418,20</b>	<b>7.713,80</b>

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Estudio financiero

**Cuadro N°54:** Proyección de gastos financieros

DESCRIPCIÓN	GASTO	GASTO		TOTAL AÑO 1	GASTO		TOTAL AÑO 2
	MENSUAL	FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB	
Pago préstamo interés	122,17	1.466,06		1.466,06	515,10		515,10
<b>TOTALES</b>	<b>122,17</b>	<b>1.466,06</b>		<b>1.466,06</b>	<b>515,10</b>	<b>0,00</b>	<b>515,10</b>

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Estudio financiero

### **Análisis:**

En cuanto a la proyección de los gastos administrativos se obtiene un total de 21.383,84 dólares tomando en cuenta el factor tasa de inflación según el Banco Central de Ecuador (1,58%) para las proyecciones, entonces para el quinto año proyectado será de 21.395,75 dólares, en los gastos de ventas se obtuvo un total de 7.777,60 dólares y para el último año de 7.713,80 dólares, mientras en la proyección de los gastos financieros se tomó en consideración el pago de interés de cada año en este caso el préstamo es para dos años.

### **Mano de Obra**

En los siguientes cuadros se especifica los gastos necesarios en sueldos en los que la empresa debe incurrir para realizar sus labores planteadas.

**Cuadro N°55:** Rol de pagos mano de obra directa

ORD	CARGO	INGRESOS			DESCUENTOS			VALOR A PAGAR
		SBU	OTROS	TOTAL	VARIOS	9,45%	TOTAL	
1	Operario 1	380,00	0,00	380,00	0,00	35,91	35,91	344,09
2	Operario 2	380,00	0,00	380,00	0,00	35,91	35,91	344,09
3	Operario 3	380,00	0,00	380,00	0,00	35,91	35,91	344,09
4	Operario 4	380,00	0,00	380,00	0,00	35,91	35,91	344,09
5	Operario 5	380,00	0,00	380,00	0,00	35,91	35,91	344,09
6	Operario 6	380,00	0,00	380,00	0,00	35,91	35,91	344,09
		<b>2.280,00</b>	<b>0,00</b>	<b>2.280,00</b>	<b>0,00</b>	<b>215,46</b>	<b>215,46</b>	<b>2.064,54</b>
PATRONAL	SECAP	IECE	XIII	XIV	FONDO RESERVA	VACAC.	TOTAL	COSTO MO
11,15%	0,50%	0,50%						
42,37	1,90	1,90	31,67	30,50	31,67	15,83	155,84	499,93
42,37	1,90	1,90	31,67	30,50	31,67	15,83	155,84	499,93
42,37	1,90	1,90	31,67	30,50	31,67	15,83	155,84	499,93
42,37	1,90	1,90	31,67	30,50	31,67	15,83	155,84	499,93
42,37	1,90	1,90	31,67	30,50	31,67	15,83	155,84	499,93
42,37	1,90	1,90	31,67	30,50	31,67	15,83	155,84	499,93
<b>254,22</b>	<b>11,40</b>	<b>11,40</b>	<b>190,00</b>	<b>183,00</b>	<b>190,00</b>	<b>95,00</b>	<b>3.215,02</b>	<b>2.999,56</b>

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Estudio financiero

**Cuadro N°56:** Rol de pagos mano de obra administrativo

ORD	CARGO	INGRESOS			DESCUENTOS			VALOR A PAGAR
		SBU	OTROS	TOTAL	VARIOS	9,45%	TOTAL	
1	Gerente	500,00	0,00	500,00	0,00	47,25	47,25	452,75
2	Secretaria	380,00	0,00	380,00	0,00	35,91	35,91	344,09
3	Contador	400,00	0,00	400,00	0,00	37,80	37,80	362,20
		<b>1.280,00</b>	<b>0,00</b>	<b>1.280,00</b>	<b>0,00</b>	<b>120,96</b>	<b>120,96</b>	<b>1.159,04</b>

PATRONAL	SECAP	IECE	XIII	XIV	FONDO RESERVA	VACAC.	TOTAL	COSTO GA
11,15%	0,50%	0,50%						
55,75	2,50	2,50	41,67	30,50	41,67	20,83	195,42	648,17
42,37	1,90	1,90	31,67	30,50	31,67	15,83	155,84	499,93
44,60	2,00	2,00	33,33	30,50	33,33	16,67	162,43	524,63
<b>142,72</b>	<b>6,40</b>	<b>6,40</b>	<b>106,67</b>	<b>91,50</b>	<b>106,67</b>	<b>53,33</b>	<b>513,69</b>	<b>1.672,73</b>

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Estudio financiero

**Cuadro N°57:** Rol de pagos mano de obra ventas

ORD	CARGO	INGRESOS			DESCUENTOS			VALOR A PAGAR
		SBU	OTROS	TOTAL	VARIOS	9,45%	TOTAL	
1	Vendedor	400,00	0,00	400,00	0,00	37,80	37,80	362,20
		<b>400,00</b>	<b>0,00</b>	<b>400,00</b>	<b>0,00</b>	<b>37,80</b>	<b>37,80</b>	<b>362,20</b>

PATRONAL	SECAP	IECE	XIII	XIV	FONDO RESERVA	VACAC.	TOTAL	COSTO GV
11,15%	0,50%	0,50%						
44,60	2,00	2,00	33,33	30,50	33,33	16,67	162,43	524,63
<b>44,60</b>	<b>2,00</b>	<b>2,00</b>	<b>33,33</b>	<b>30,50</b>	<b>33,33</b>	<b>16,67</b>	<b>162,43</b>	<b>524,63</b>

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Estudio financiero

## Depreciación

“Es una disminución del valor de los elementos que componen la distribución económica de la empresa, y ello es determinado fundamentalmente al paso del tiempo, su utilización o funcionamiento, los cambios en la tecnología (obsolescencia)” (Calleja, 2008).



**Cuadro N°58: Depreciaciones**

DESCRIPCIÓN	VIDA ÚTIL	VALOR	PORCENTAJE DE DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ANUAL
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>				<b>131,19</b>
Escritorios Delta	10,00	600,00	0,10	60,00
Sillas Contempo	10,00	375,00	0,10	37,50
Sillas de espera	10,00	126,90	0,10	12,69
Archivadores	10,00	210,00	0,10	21,00
<b>MAQUINARIA, EQUIPO Y utensilios</b>				<b>1.186,00</b>
Horno deshidratador	10,00	10.000,00	0,10	1.000,00
Empacadora	10,00	1.225,00	0,10	122,50
Balanza	10,00	65,00	0,10	6,50
Mesa de acero inoxidable	10,00	200,00	0,10	20,00
Basureros	10,00	20,00	0,10	2,00
Cuchillos de acero inoxidable	10,00	120,00	0,10	12,00
Afilador de cuchillos	1,00	30,00	0,10	3,00
Cucharas	1,00	90,00	0,10	9,00
Cilindro de gas metálico de acero	1,00	50,00	0,10	5,00
Espátulas	10,00	60,00	0,10	6,00
<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>				<b>707,85</b>
Computadora marca intel	3,00	1.560,00	0,33	514,80
Impresora Epson	3,00	585,00	0,33	193,05
Teléfonos	3,00	162,00	0,33	53,46
<b>TOTAL</b>				<b>2.078,50</b>

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Estudio financiero

## Proyección de la Depreciación

**Cuadro N°59: Proyección de las depreciaciones**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MUEBLES Y ENSERES	131,19	131,19	131,19	131,19	131,19
MAQUINARIA, EQUIPOS Y HERRAMIENTAS	1.186,00	1.186,00	1.186,00	1.186,00	1.186,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	707,85	707,85	707,85		
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>2.025,04</b>	<b>2.025,04</b>	<b>2.025,04</b>	<b>1.317,19</b>	<b>1.317,19</b>

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Estudio financiero

## 5.4 Cálculo de Ingresos

“Se considera una entrada bruta de beneficios económicos durante un periodo, surgidos en el curso de actividades ordinarias de una empresa, surgidos en el curso de actividades ordinarias de una entidad”. (Yaguas, 2010)

**Cuadro N°60: Cálculo de ingresos**

Productos	Unidad de medida	Costo mensual	Margen de utilidad		Ingresos mensuales	Unidades producidas kg	Precio de venta unitario
			%	\$			
Fruta deshidratada 30g	Empaque polipropileno	1.917,94	10%	191,79	2.109,73	5.000,00	0,42
Fruta deshidratada 90g	Empaque polipropileno	2.397,42	15%	359,61	2.757,03	5.000,00	0,55
Fruta deshidratada 200g	Empaque polipropileno	5.274,33	35%	1.846,01	7.120,34	5.000,00	1,42
<b>TOTAL</b>		<b>9.589,69</b>	<b>60%</b>	<b>2.397,42</b>	<b>11.987,11</b>		

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Estudio financiero

### **Análisis:**

Para la determinación de los ingresos se tomó en cuenta las tres presentaciones que tendrá la fruta deshidrata, para lo cual se fijó un porcentaje de utilidad para cada presentación, y de esta manera obtener un 60% de utilidad en la empresa tomando en cuenta que la empresa es nueva en el sector pero que, si hay la existencia de competencia alguna, entonces la presentación de 30g tendrá un precio unitario de 0.42 centavos, el de 90g de 0.55 centavos, y de 200g de 1,42 dólares.

### **a) Proyección de Ingresos**

**Cuadro N°61: Proyección de ingresos**

DESCRIPCIÓN	CANT MENSUAL	CANT ANUAL	PRECIO	TOTAL	CAN	PRECIO	TOTAL
			UNIT.	AÑO 1		UNIT.	AÑO 2
Fruta deshidratada 30g	5.000,00	60.000,00	0,42	25.316,77	60.948,00	0,43	26.125,67
Fruta deshidratada 90g	5.000,00	60.000,00	0,55	33.084,41	60.948,00	0,56	34.141,50
Fruta deshidratada 200g	5.000,00	60.000,00	1,42	85.444,09	60.948,00	1,45	88.174,14
<b>Total</b>				<b>143.845,28</b>			<b>148.441,31</b>

CAN	PRECIO UNIT.	TOTAL AÑO 3	CAN	PRECIO UNIT.	TOTAL AÑO 4	CAN	PRECIO UNIT.	TOTAL AÑO 5
61.910,98	0,44	26.960,42	62.889,17	0,44	27.821,84	63.882,82	0,45	28.710,78
61.910,98	0,57	35.232,36	62.889,17	0,58	36.358,08	63.882,82	0,59	37.519,77
61.910,98	1,47	90.991,41	62.889,17	1,49	93.898,69	63.882,82	1,52	96.898,87
		<b>153.184,19</b>			<b>158.078,61</b>			<b>163.129,41</b>

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Estudio financiero

## Análisis:

Para la proyección de los ingresos se realizó en base a la tasa de inflación (1,58%) para la cantidad producida en kg, y con la tasa de índice de precios al consumidor para la proyección de los precios de venta. Dando así un total de 143.845,28 dólares de ingresos para el primer año, y de 163.129,41 dólares para el quinto año.

## 5.5 Flujo de Caja

“Es el estado financiero que registra cronológicamente el movimiento del efectivo de la empresa. Es necesario para conocer la rentabilidad que se puede obtener de un negocio” (Hamilton & Pezo, 2005).

Al proyectar el flujo de caja, será necesario incorporar información adicional relacionada, principalmente, con los efectos tributarios de la depreciación, de la amortización del activo nominal, valor residual, utilidades y pérdidas.

**Cuadro N°62: Flujo de caja**

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>						
Ingresos		143.845,28	148.441,31	153.184,19	158.078,61	163.129,41
Recursos Propios	8.360,07					
Préstamo	19.506,83					
<b>TOTAL INGRESOS OPERACIONALES</b>	27.866,90	143.845,28	148.441,31	153.184,19	158.078,61	163.129,41
<b>EGRESOS OPERACIONALES</b>						
(-) Inversión inicial		0,00				
(-) Gasto de venta		7.777,60	7.648,65	7.670,02	7.691,74	7.713,80
(-) Gasto Administrativo		21.383,84	21.386,75	21.389,70	21.392,70	21.395,75
(-) Costos fijos y variables		81.466,72	82.133,64	82.811,09	83.499,25	84.198,28
<b>TOTAL DE EGRESOS OPERACIONALES</b>		110.628,16	111.169,03	111.870,82	112.583,70	113.307,84
<b>TOTAL FLUJO OPERACIONAL (A-B)</b>	27.866,90	33.217,12	37.272,28	41.313,37	45.494,91	49.821,58
<b>EGRESOS NO OPERACIONALES</b>						
(-) Gasto Financiero		1.466,06	515,10	0,00	0,00	
(-) Pago capital préstamo		9.753,42	9.753,42	0,00	0,00	
<b>FLUJO NO OPERACIONAL ANTES DE PARTICIPACIÓN TRABAJADORES</b>		21.997,64	27.003,76	41.313,37	45.494,91	49.821,58
(-) Pago utilidades trabajadores 15 %		3.299,65	4.050,56	6.197,01	6.824,24	7.473,24
<b>FLUJO NO OPERACIONAL ANTES DE IMPUESTO (D-E)</b>		18.697,99	22.953,19	35.116,36	38.670,68	42.348,34
(-) Pago Impuesto a la Renta		1.045,76	1.175,48	2.999,95	3.533,10	4.084,75
Depreciación		2.025,04	2.025,04	2.025,04	1.317,19	1.317,19
<b>FLUJO NETO GENERADO</b>	27.866,90	15.627,19	19.752,68	30.091,37	33.820,39	36.946,40
<b>SALDO INICIAL DE CAJA</b>		27.866,90	43.494,09	63.246,77	93.338,14	127.158,52
<b>SALDO FINAL DE CAJA (G+H)</b>		43.494,09	63.246,77	93.338,14	127.158,52	164.104,92

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Estudio financiero

### **Análisis:**

Con el cálculo del flujo de caja para la empresa, se determinó un total de flujo neto generado de 15.627,19 dólares para el primer año, mientras que para el quinto año se obtiene un total de 36.946,40 dólares.

### **5.6 Punto de Equilibrio**

El punto de Equilibrio “es el medio por el cual el inversionista conoce que nivel de producción es el que requiere con el fin de cubrir sus costos, es decir el punto de equilibrio iguala el nivel de producción en el que tanto ingresos como costos son iguales”. Fuente especificada no válida.

La utilidad general que se le da al punto de equilibrio es que puede calcular con mucha facilidad el punto mínimo de producción al que debe operarse para no incurrir en pérdidas, sin que esto signifique que, aunque haya ganancias estas sean suficientes para hacer rentable el proyecto.

El punto de equilibrio puede ser calculado en unidades monetarias, en forma porcentual y en unidades de producción:

Punto de Equilibrio en Volumen de Ventas

$$PE_{USD} = CF / (1 - (cv/I)) = \$$$

Punto de Equilibrio en Unidades físicas

$$PE_u = CF / (Pvu - cvu) = \text{unidades}$$

Punto de Equilibrio Porcentual

$$PE\% = (PE_{USD} * 100 / IT) = \%$$

Dónde:

N = Número de unidades de producción

CF = Costo Fijo

IT = Ingreso Total

cvu = Costo Variable unitario

pvu= Precio de venta unitario

**Cuadro N°63:** Datos para el punto de equilibrio fruta deshidratada 30g

Descripción	Valores
Costos fijos	3.925,67
Costos variables	4.221,00
Costos totales	8.146,67
Ingresos totales	25.316,77
Número unidades	60.000
Precio unitario de venta	0,42
Costo variable unitario	0,07

Descripción	Costo fijo	Costo Variable	Costo Total
Costos de Fabricación	3.925,67	4.221,00	8.146,67
Gastos de Administración	2.119,98	18,41	2.138,38
Gastos de Ventas	629,56	148,20	777,76
Gastos Financieros	146,61	0,00	146,61
<b>SUMAN</b>	<b>6.821,81</b>	<b>4.387,61</b>	<b>11.209,42</b>

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Estudio financiero

Punto de Equilibrio Monetario \$ = Costo fijo / (1 - (Costo variable/Ingresos de venta))

P.E. \$ = \$ 6.821,81 \$ 0,83

**P.E. \$ = \$ 8.251,95 USD en ventas al año**

\$ 687,66 USD en ventas mensuales

Punto de Equilibrio Unidades U = Costos fijos / (Precio de venta unitario-Costo variable unitario)

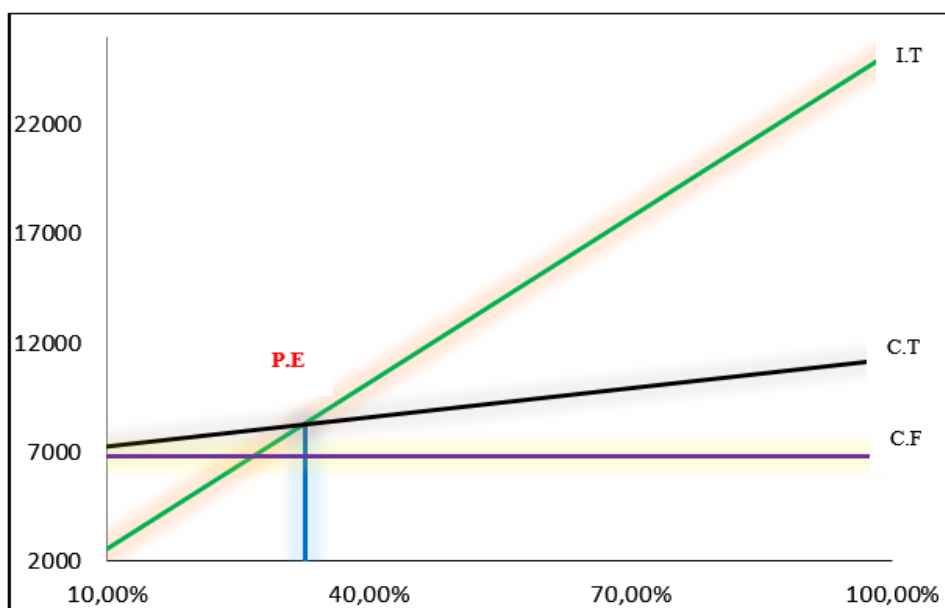
P.E. u = 6.821,81 0,35

**P.E. u = 19.557 kg Unidades vendidas al año**

Punto de Equilibrio % = Punto de Equilibrio \$ \* 100 / Ingresos Totales

% P.E. = 8.251,95 \* 100 25.316,77

**% P.E. = 32,59%**



**Gráfico N°25:** Punto de equilibrio fruta deshidratada 30g

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Cuadro N°64:** Datos para el punto de equilibrio fruta deshidratada 90g

Descripción		Valores	
Costos fijos		5.888,51	
Costos variables		6.331,50	
Costos totales		12.220,01	
Ingresos totales		33.084,41	
Número unidades		60.000	
Precio unitario de venta		0,55	
Costo variable unitario		0,11	
Descripción	Costo fijo	Costo Variable	Costo Total
Costos de Fabricación	5.888,51	6.331,50	12.220,01
Gastos de Administración	3.179,96	27,61	3.207,58
Gastos de Ventas	944,34	222,30	1.166,64
Gastos Financieros	219,91	0,00	219,91
<b>SUMAN</b>	<b>10.232,72</b>	<b>6.581,41</b>	<b>16.814,13</b>

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Estudio financiero

Punto de Equilibrio Monetario \$ = Costo fijo / (1 - (Costo variable/Ingresos de venta))

P.E. \$ = \$ 10.232,72 \$ 0,80

P.E. \$ = \$ 12.773,78 USD en ventas al año

\$ 1.064,48 USD en ventas mensuales

Punto de Equilibrio Unidades U = Costos fijos / (Precio de venta unitario-Costo variable unitario)

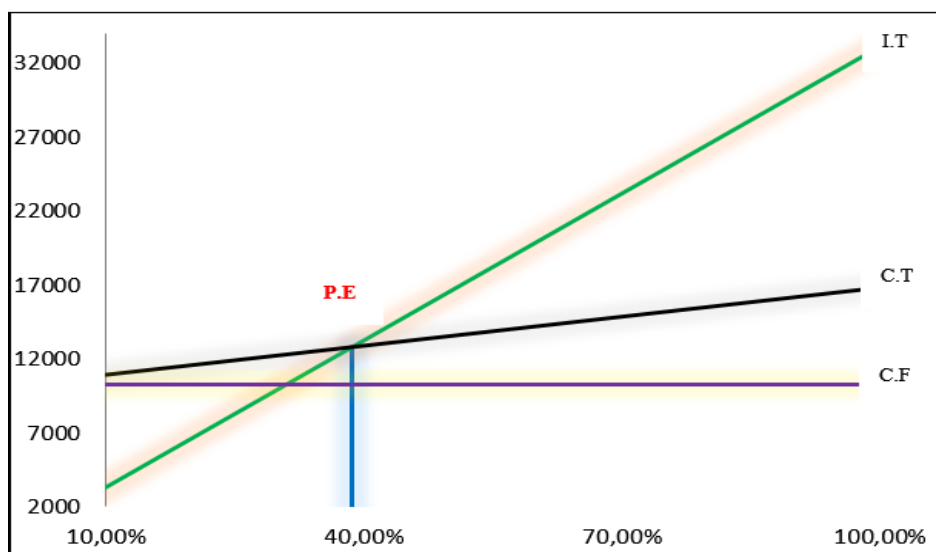
P.E. u = 10.232,72 0,44

**P.E. u = 23.166 kg Unidades vendidas al año**

Punto de Equilibrio % = Punto de Equilibrio \$ \* 100 / Ingresos Totales

% P.E. = 12.773,78 \* 100 33.084,41

**% P.E. = 38,61%**



**Gráfico N°26:** Punto de equilibrio fruta deshidratada 90g

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Cuadro N°65:** Datos para el punto de equilibrio fruta deshidratada 200g

Descripción		Valores	
Costos fijos		13.739,85	
Costos variables		14.773,50	
Costos totales		28.513,35	
Ingresos totales		85.444,09	
Número unidades		60.000	
Precio unitario de venta		1,42	
Costo variable unitario		0,26	
Descripción	Costo fijo	Costo Variable	Costo Total
Costos de Fabricación	13.739,85	14.773,50	28.513,35
Gastos de Administración	7.419,92	64,43	7.484,34
Gastos de Ventas	2.203,46	518,70	2.722,16
Gastos Financieros	513,12	0,00	513,12
<b>SUMAN</b>	<b>23.876,35</b>	<b>15.356,63</b>	<b>39.232,98</b>

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Estudio financiero

Punto de Equilibrio Monetario \$ = Costo fijo / (1 - (Costo variable/Ingresos de venta))

P.E. \$ = \$ 23.876,35 \$ 0,82

**P.E. \$ = \$ 29.107,82 USD en ventas al año**

\$ 2.425,65 USD en ventas mensuales

Punto de Equilibrio Unidades U = Costos fijos / (Precio de venta unitario-Costo variable unitario)

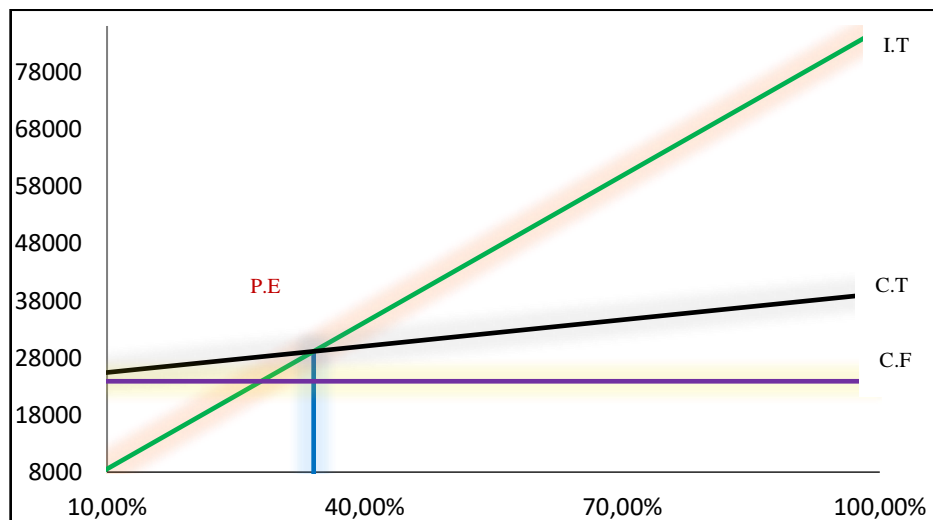
P.E. u = 23.876,35 1,17

**P.E. u = 20.440 kg Unidades vendidas al año**

Punto de Equilibrio % = Punto de Equilibrio \$ \* 100 / Ingresos Totales

% P.E. = 29.107,82 \* 100 85.444,09

**% P.E. = 34,07%**



**Gráfico N°27: Punto de equilibrio fruta deshidratada 200g**

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

### **Análisis:**

En los gráficos se puede observar que el punto de equilibrio de cada presentación de los productos lo cual la empresa debe tener un valor de 32,59% en la presentación de la fruta deshidratada de 30g, mientras que para el de 90g será de 38,61%, y para la fruta deshidratada de 200g tendrá un porcentaje de 34,07%, a partir de estos valores el inversionista obtiene el margen de utilidad.



## 5.7 Estado de Resultados proyectados

El Estado de Resultados “es el principal mecanismo para medir la rentabilidad de una empresa durante un período”. El Estado de Resultados se presenta en forma escalonada o progresiva, de modo que se puede estudiar la utilidad o la pérdida después de haber deducido cada tipo de gastos. (Horngren, Harrison, & Smith, 2003)

**Cuadro N°66:** Estado de resultados proyectado

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos por ventas	143.845,28	148.441,31	153.184,19	158.078,61	163.129,41
(-) Costo de Ventas	81.466,72	82.133,64	82.811,09	83.499,25	84.198,28
(=) <b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>62.378,56</b>	<b>66.307,67</b>	<b>70.373,09</b>	<b>74.579,36</b>	<b>78.931,13</b>
(-) Gastos de venta	7.777,60	7.648,65	7.670,02	7.691,74	7.713,80
(=) <b>UTILIDAD NETA EN VENTAS</b>	<b>54.600,96</b>	<b>58.659,02</b>	<b>62.703,07</b>	<b>66.887,62</b>	<b>71.217,33</b>
(-) Gastos de Inversión	0,00				
(-) Gastos Administrativos	21.383,84	21.386,75	21.389,70	21.392,70	21.395,75
(=) <b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>33.217,12</b>	<b>37.272,28</b>	<b>41.313,37</b>	<b>45.494,91</b>	<b>49.821,58</b>
(-) Gastos Financieros	11.219,48	10.268,52	0,00	0,00	0,00
(+) Otros Ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) Otros Egresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) <b>UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES</b>	<b>21.997,64</b>	<b>27.003,76</b>	<b>41.313,37</b>	<b>45.494,91</b>	<b>49.821,58</b>
(-) 15% Participación trabajadores	3.299,65	4.050,56	6.197,01	6.824,24	7.473,24
(=) <b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>18.697,99</b>	<b>22.953,19</b>	<b>35.116,36</b>	<b>38.670,68</b>	<b>42.348,34</b>
(-) Impuesto a la renta	1.045,76	1.175,48	2.999,95	3.533,10	4.084,75
(=) <b>UTILIDAD Ó PÉRDIDA DEL EJERCICIO</b>	<b>17.652,23</b>	<b>21.777,72</b>	<b>32.116,41</b>	<b>35.137,58</b>	<b>38.263,59</b>

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Estudio financiero

## Análisis:

Mediante el cálculo del estado de resultados se obtiene USD 17.652,23, para el primer año lo cual refleja una pérdida mínima en este año debido al monto de la inversión para la implementación de la empresa, para el quinto año proyectado se tiene un total de USD 38.263,59.

## 5.8 Evaluación financiera

La evaluación financiera es un elemento preponderante para determinar la factibilidad del proyecto económico, en este sentido, se determinará el valor presente neto, tasa interna de retorno, costo beneficio, período de recuperación de la inversión indicadores necesarios que permiten tener una visión clara del

panorama económico financiero de la empresa para el tiempo analizado, en este caso, a cinco años.

## a) Indicadores

### a.1) Valor Actual Neto

“El criterio del valor actual neto (VAN), plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor actual neto es igual o superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos sus ingresos y egresos expresados en moneda actual.”

Para determinar el VAN se debe primero calcular el TMAR que esta tendrá, la tasa de descuento indica el costo de oportunidad del inversionista por invertir en el proyecto.

**Cuadro N°67: TMAR**

TMAR	VALOR	ESTRUCTURA	COSTO DE OPORTUNIDAD	PONDERACIÓN
RECURSOS PROPIOS	8.360,07	30%	20,00%	6,00%
RECURSOS AJENOS	19.506,83	70%	9,75%	6,83%
<b>TOTAL</b>	<b>27.866,90</b>	<b>100%</b>	<b>29,75%</b>	<b>12,83%</b>

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Estudio financiero

**TMAR=** 12,83%

### Análisis:

La tasa minima aceptable de rendimiento es de 12,83% esto representa que el costo de oportunidad del capital de la inversion \$27.866,90, el proyecto es viable debido a que es superior a cero.

$$VAN = -Inv. Ini + \frac{(FNE1)}{(1+i)^1} + \frac{(FNE2)}{(1+i)^2} + \frac{(FNE3)}{(1+i)^3} + \frac{(FNE4)}{(1+i)^4} + \frac{(FNE5)}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -27.886,90 + \frac{15.627,19}{(1+0,1283)^1} + \frac{19.752,68}{(1+0,1283)^2} + \frac{30.091,37}{(1+0,1283)^3} + \frac{33.820,39}{(1+0,1283)^4} + \frac{36.946,40}{(1+0,1283)^5}$$

$$VAN = -27.886,90 + \frac{15.627,19}{1,1283} + \frac{19.752,68}{1,2731} + \frac{30.091,37}{1,4364} + \frac{33.820,39}{1,6207} + \frac{36.946,40}{1,8286}$$

$$VAN = 63.520,96$$

### **Análisis:**

El resultado positivo del valor actual neto USD 63.520,96 que resulta de la suma de los flujos actualizados menos la inversión, significa que la rentabilidad es superior al costo de oportunidad esperado por el inversionista. Este resultado nos indica que el proyecto se debe aceptar.

### **a.2) Tasa Interna de Retorno**

Es la tasa de descuento por la cual el valor presente neto es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

Los Autores Nassir y Reinaldo Sapag dicen acerca de la tasa interna de retorno lo siguiente: “El criterio de la tasa interna de retorno (TIR) evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por período con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual”. Los mismos autores citan a Bierman Smid.

La TIR representa la tasa de interés más alta que el inversionista podría pagar sin perder dinero, si todos los fondos para el financiamiento de la inversión se tomaran prestados y el préstamo principal e interés acumulado se pagará con las entradas en efectivo de la inversión a medida que se fuesen produciendo.

$$TIR = 72\%$$

### **Análisis:**

El retorno que el inversionista tendrá al invertir en el proyecto es de **72%** que supera al TMAR de 12,83% y ampliamente las expectativas de rendimiento que el

inversionista tiene, el alto valor de retorno tiene su explicación en la mediana inversión realizada frente al volumen de ventas a obtener, este resultado nos indica que se debe invertir en el proyecto.

### a.3) Beneficio Costo

“Es un procedimiento para manifestar y valorar programas o proyectos, consistente en la comparación de costos y beneficios, con la intención de que estos últimos excedan a los primeros pudiendo ser de tipo monetario o social, directo o indirecto” (Hernández, 2006)

**Beneficio/Costo=** 2,02

#### **Análisis:**

Se obtuvo un valor total de 2.02, lo cual quiere decir que por cada dólar que invierta la empresa tendrá un beneficio de 02 veces.

### a.4) Período de Recuperación

“Mediante el período de recuperación de la inversión se determina el número de períodos necesarios para recuperar la inversión inicial, resultado que se compara con el número de períodos aceptables por la empresa”. (Ketelhöhn, 2004).

**Cuadro N°68:** Periodo de recuperación

<b>Inversión inicial</b>	<b>Flujos Netos</b>	<b>Saldo</b>
27.866,90		
Año 1	15.627,19	-12.239,71
Año 2	19.752,68	7.512,97
Año 3	30.091,37	37.604,34
Año 4	33.820,39	71.424,72
Año 5	36.946,40	108.371,12

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Estudio financiero

En base a estos datos se aplica la siguiente fórmula para el resultado total del periodo de recuperación.

Formula:

$$PRI = \text{Año que supera la inversión} \frac{\text{Inversión} - \text{suma primeros Flujos}}{\text{Flujo Neto del año que supera la inversión}}$$

$$PRI = 2 \frac{27.866,90 - 35.379,87}{19.752,68}$$

$$PRI = 1,62$$

$$PRI \text{ AÑO} = 1 \text{ año}$$

$$PRI \text{ meses} = 0,62 * 12 = 7,44$$

$$PRI \text{ días} = 0,44 * 30 = 13$$

### **Análisis:**

Con el resultado del cálculo del periodo de recuperación, la empresa recuperará su inversión en 1 año con 7 meses y 13 días.

## **b) Razones**

### **b.1) Liquidez**

Los siguientes análisis permiten medir el grado de liquidez y rentabilidad que tendrá la inversión para un horizonte anual de cinco años.

**Cuadro N°69: Liquidez**

INDICADOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Razón Corriente = $\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$	1,57	2,12	0,00	0,00	0

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Estudio financiero

### **Análisis:**

Estos resultados reflejan que la empresa por cada dólar invertido debe contar con 1,57 en el primer año y con 2,12 en el segundo año para respaldar las obligaciones con terceros en este caso del préstamo que se obtuvo por dos años a la CFN.

### **b.2) Rentabilidad**

**Cuadro N°70: Rentabilidad**

INDICADOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Rentabilidad sobre ventas = $\frac{\text{Utilidad del Ejercicio}}{\text{Ventas}} * 100$	12%	15%	21%	22%	23%

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Estudio financiero

### **Análisis:**

La rentabilidad que se tendrá para el primer año es 12%, para el segundo de 15%, el tercero 21%, el cuarto 22%, y para el quinto 23%, estos valores permiten inferir que la inversión va a tener altos retornos que permitirán a la empresa crecer de manera paulatina, por lo que será recomendable invertir en el proyecto.

## BIBLIOGRAFÍA

- Baca, G. (2000). *Evaluación de Proyectos*; Editorial McGraw-Hill; México.
- Becker, G. (23 de 02 de 2015). *Eco-finanzas*. Obtenido de Capacidad Instalada: [http://www.eco-finanzas.com/diccionario/C/CAPACIDAD\\_INSTALADA.htm](http://www.eco-finanzas.com/diccionario/C/CAPACIDAD_INSTALADA.htm)
- Calleja, J. (2008). *Concepto de Amortización elementos de inmovilizado*. . España: IE.
- González, Á., & Prieto, D. (2009). *Manual de publicidad* . Madrid : ESIC Editorial .
- Hamilton, M., & Pezo, A. (2005). *Formulación y evaluación de proyectos tecnológicos empresariales aplicados*. Colombia: Convenio Andrés Bello.
- Heredia, V. (2016). La Fruta deshidratada gana espacio . *Revista Lideres* , 8.
- Hernández, G. (2006). *Diccionario de Economía*. Colombia : Universidad Cooperativa de Colombia.
- Horngren, C., Harrison, W., & Smith, L. (2003). *Contabilidad*. México: PEARSON EDUCACIÓN.
- Husenman, S. (2007). *El plan de empresas: cómo planificar la creación de una empresa*. Barcelona: Marcombo.
- Ketelhöhn, W. (2004). *Inversiones*. Colombia : NORMA .
- Nassir y Reinaldo Sapag Chain, (2000). *Preparación y Evaluación de Proyectos*; Editorial McGraw-Hill 4º, México.
- Pérez, J. (2010). *Gestión por procesos 4a. Edición*. España : ESIC EDITORIAL .
- Roberto, E. (29 de 06 de 2013). *Estrategia de Marketing* . Obtenido de Dafo: <http://robertoespinosa.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-dafo-foda/>
- Valderrama, J. (2001). *Información Tecnológica Vol. 12 N°6*. Brasil : Editorial del Norte .
- Yaguas, M. (29 de 11 de 2010). *Nic 18 Ingresos* . Obtenido de <http://es.slideshare.net/maxyaguas/nic-18-ingresos-pdf>

## **ANEXOS**

### **Anexo N°1: Encuesta**

**Dirigida a:** personas de 10 a 50 años de edad, tanto hombres como mujeres, teniendo, entre ellos los estudiantes y deportistas.

1.- ¿Cree usted que el consumo de frutas, en un buen potencial para los estudiantes y deportistas?

Si

No

2.- ¿Ha consumido usted frutas deshidratadas?

Si

No

3.- ¿Con qué frecuencia las consume usted la fruta deshidratada?

Una vez por semana

Una vez por mes

Diario

4.- ¿Qué tipo frutas deshidratadas ha degustado más usted?

PASAS

MANZANAS

MANGOS

DURAZNOS

PIÑA

BANANO

5.- ¿Si se creara una nueva empresa en la ciudad de Sangolquí dedicada a la deshidratación de frutas adquiriría usted sus productos?

Si

No



6.- ¿Cuál sería su lugar de preferencia para comprar las frutas deshidratadas?

SUPERMERCADOS

TIENDAS

OTROS

7.- ¿Cuáles de los siguientes aspectos considera el más importante al momento de comprar la fruta deshidratada?

PROMOCIÓN

PRESENTACIÓN

PRECIO

PUBLICIDAD

SABOR

CALIDAD

8.- ¿En qué tipo de presentaciones le gustaría adquirir un producto de fruta deshidratada?

30gr

90gr

200gr

9.- ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por el producto de fruta deshidratada?

0.30 ctvs.

0.50 ctvs.

0.70 ctvs.

10.- ¿En medios de comunicación le gustaría encontrar información de promoción y publicidad de la fruta deshidratada?

Radio

Televisión

Prensa escrita

Internet (redes sociales, páginas web)

## Anexo N°2: Tabla de amortización

BENEFICIARIO					
INSTIT. FINANCIERA	CFN				
MONTO		19.506,83			
TASA		9,7500%		T. EFECTIVA	0,0000%
PLAZO		2	años		
GRACIA		0	años		
FECHA DE INICIO		01-feb-2016			
MONEDA			DÓLARES		
AMORTIZACIÓN CADA		30	días		
Número de períodos		24	para amortizar capital		
No.	VENCIMIENTO	SALDO	INTERÉS	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0		19.506,83			
1	02-mar-2016	18.694,05	158,49	812,78	971,28
2	01-abr-2016	17.881,26	151,89	812,78	964,67
3	01-may-2016	17.068,48	145,29	812,78	958,07
4	31-may-2016	16.255,69	138,68	812,78	951,47
5	30-jun-2016	15.442,91	132,08	812,78	944,86
6	30-jul-2016	14.630,12	125,47	812,78	938,26
7	29-ago-2016	13.817,34	118,87	812,78	931,65
8	28-sep-2016	13.004,55	112,27	812,78	925,05
9	28-oct-2016	12.191,77	105,66	812,78	918,45
10	27-nov-2016	11.378,98	99,06	812,78	911,84
11	27-dic-2016	10.566,20	92,45	812,78	905,24
12	26-ene-2017	9.753,41	85,85	812,78	898,63
13	25-feb-2017	8.940,63	79,25	812,78	892,03
14	27-mar-2017	8.127,85	72,64	812,78	885,43
15	26-abr-2017	7.315,06	66,04	812,78	878,82
16	26-may-2017	6.502,28	59,43	812,78	872,22
17	25-jun-2017	5.689,49	52,83	812,78	865,62
18	25-jul-2017	4.876,71	46,23	812,78	859,01
19	24-ago-2017	4.063,92	39,62	812,78	852,41
20	23-sep-2017	3.251,14	33,02	812,78	845,80
21	23-oct-2017	2.438,35	26,42	812,78	839,20
22	22-nov-2017	1.625,57	19,81	812,78	832,60
23	22-dic-2017	812,78	13,21	812,78	825,99
24	21-ene-2018	0,00	6,60	812,78	819,39
	20-feb-2018	-812,78	0,00	812,78	812,78

**Elaborado por:** Magally Villagómez Armijos

**Fuente:** Estudio financiero